

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap smartphone premium, salah satunya iPhone. Meskipun demikian, tingginya harga produk tersebut menyebabkan keterbatasan daya beli bagi sebagian konsumen, sehingga skema pembayaran kredit atau cicilan menjadi alternatif dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian iPhone dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat ekonomi maupun psikologis, di antaranya income (pendapatan), product quality (kualitas produk), price (harga), dan brand image (citra merek). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh income, product quality, price, dan brand image terhadap keputusan pembelian iPhone di iBox Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah melakukan pembelian iPhone di iBox Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS Statistics versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel income, product quality, price, dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian iPhone, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan finansial konsumen, persepsi terhadap kualitas produk, penilaian harga, serta citra merek Apple merupakan faktor-faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli iPhone, termasuk melalui skema pembayaran cicilan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi praktis bagi pihak iBox Semarang dalam merumuskan strategi pemasaran dan penyediaan skema pembiayaan yang sesuai dengan preferensi serta daya beli konsumen.

Kata Kunci: *Income, Product Quality, Price, Brand Image*, Keputusan Pembelian, iPhone, iBox Semarang