

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap daya tarik produk serta pengaruh daya tarik produk dan persepsi harga terhadap minat pembelian konsumen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan persepsi harga sebagai variabel independen; citra merek dan daya tarik produk sebagai variabel intervening; dan minat beli sebagai variabel dependen.

Metode penelitian ini menggunakan teknik *aksidental sampling* pada masyarakat Semarang yang menggunakan maupun memiliki minat beli terhadap iPhone sebagai populasinya, dengan total sampel yang digunakan sebanyak 112 responden. Data dianalisis dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) melalui program *software AMOS for windows* versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap citra merek dan daya tarik produk; citra merek memiliki pengaruh positif terhadap daya tarik produk; daya tarik produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli; dan persepsi harga mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Citra Merek, Daya Tarik Produk, Persepsi Harga, dan Minat Beli*