

ABSTRAK

Perkembangan dan pertumbuhan zaman yang pesat membuat kebutuhan teknologi terutama *smartphone* menjadi semakin meningkat, hal ini ditunjukkan dengan pertumbuhan pengiriman *smartphone* global termasuk Indonesia. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan data *market share smartphone* merek Samsung yang mengalami penurunan pada kuartal 3 ditahun 2018 dan 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan *review* produk terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. Konsumen *smartphone* Samsung di Semarang digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Metode pengumpulan data berhasil dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, *review* produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, dan dilanjutkan dengan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Review Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian