

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
IPHONE TOKO PSTORE KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Oleh :

ALVINDO OKTOVIAN

NPM. 2161201127

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

2026

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
IPHONE TOKO PSTORE KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Oleh:

ALVINDO OKTOVIAN

NPM. 2161201127

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

2026

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN IPHONE TOKO PSTORE KOTA BENGKULU



SKRIPSI

Diajukan oleh:

ALVINDO OKTOVIAN

NPM. 2161201127

Disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. Meiffa Herfianti, S.E., M.M
NIDN. 0204058702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Furgonti Ranidiah, S.E., MM
NIDN. 0208047301

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN IPHONE TOKO PSTORE KOTA BENGKULU

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Hari : Sabtu
Tanggal : 28 Februari 2026

SKRIPSI

Oleh:

ALVINDO OKTOVIAN
NPM. 2161201127

Dewan Penguji:

1. Dr. Adi Sismanto, S.E., M.M

Ketua



2. Merta Kusuma, S.E., M.M

Anggota



3. Dr. Meiffa Herfianti, S.E, M.M

Anggota



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis




Furgenti Ranidiah, S.E., M.M

NIDN. 0208047301



SERTIFIKASI

Alvindo Oktovian menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri dan atas bimbingan Dosen Pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis atau pada Program Studi lainnya. Karena karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, 28 Februari 2026



Alvindo Oktovian

MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5)

"Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. PERCAYA PROSES itu yang paling penting, Karena Allah telah mempersiapkan Hal Bai dibalik Kata Proses yang kamu anggap Rumit"

(Alvindo Oktovian)

PERSEMBAHAN

1. Untuk cinta, pahlawan dan panutanku, Bapak MIRHAN M., Meski ayah tidak sempat mengecap bangku perkuliahan, tetapi ayah tak pernah mengenal lelah, selalu menjadi sumber motivasi, dukungan, dan pengorbanan yang tulus agar anak nya bisa menyelesaikan studi ini, Terima kasih atas segala kasih sayang dan ketegaran yang Ayah tanamkan. Tanpa Ayah, aku tak akan sampai sejauh ini trimakasih banyak ayah.
2. Untuk cinta pertamaku sekaligus pintu surgaku, Ibu KATIA HARYANI yang tak henti-hentinya menguatkan dengan doa, semangat, dan keyakinan bahwa aku bisa. Aku percaya, doa-doa Ibu-lah yang selalu menyelamatkanku dan menuntunku melewati masa-masa sulit. Terima kasih atas cinta tanpa syaratmu yang slalu ngkau berikan Ibu. Aku bangga memiliki ibu seperti mu.
3. Untuk saudara tercinta, DAFIN VALENTINO, Trimakasih atas semangat, dukungan, motivasi, doa dan bantuan dalam setiap langka perjuangan ini, aku bangga punya kaka seperti dirimu.
4. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, NOVILIA AGUSTINA terimakasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup KU. Berkontribusi banyak dalam penulisan ini, baik tenaga, materi, maupun waktu. Sudah selalu mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Sahabat-sahabat terbaikku, Whendy jetmi Ardiyansyah, Ilham Al'Furqon, Afrian rusdianto. yang senantiasa hadir di saat senang maupun duka. trimakasih atas dukungan, serta kebersamaan yang telah menguatkan satu sama lain d saat lelah, menyemangati di kala terjatuh dan menghadirkan canda tawa selama ini.

6. Dosen pembimbing ibu Dr.Meiffa Herfianti,S.E,M.M. trimakasih atas kesebaran, bimbingan,kritik,dan arahan selama proses penulisan skripsi ini,smoga kebaikan ibu dibalas Allah Swt amin.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis Ucapkan Kehadirat Tuhan Yme, Yang Telah Melimpahkan Rahmat, Hidayah Dan Karunia-Nya, Sehingga Penulisan SKRIPSI Dengan Judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu”Dapat Penulis Selesaikan Dengan Baik.

Penulisan Skripsi Ini Merupakan Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Penulis Menyadari Bahwa Penulisan Skripsi Ini Tidak Akan Bisa Terselesaikan Dengan Baik Tanpa Adanya Bantuan Dari Beberapa Pihak. Pada Kesempatan Ini, Perkenankan Penulis Menyampaikan Ucapan Terimakasih Kepada Seluruh Pihak Yang Telah Membantu, Guna Mendukung Kelancaran Penyusunan Skripsi Ini. Penulis Dengan Rasa Hormat Yang Mendalam Mengucapkan Terimakasih Kepada :

1. Bapak Dr. Susiyanto Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara , S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

4. Ibu Dr.Meiffa Herfianti, S.E., M.M. Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk mengarahkan dan memberi banyak bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi Ini.
5. Seluruh Dosen Dan Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
6. Semua Sahabat-Sahabatku Tercinta Yang Telah Memberikan Dukungan, Samangat Dan Doa Tiada Hentinya.
7. Semua Teman Dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terkhusus Prodi Manajemen Yang Telah Membantu Dalam Menyelesaikan SKRIPSI Skripsi Ini.
8. Semua Pihak Yang Tidak Dapat Penulis Sebutkan Satu Persatu Yang Telah Membantu Penulis Dalam Menyelesaikan SKRIPSI Skripsi Ini.

Semoga Tuhan Yme Memberikan Balasan Yang Setimpal Atas Kebaikan Dan Kemurahan Hati Mereka.Akhir Kata, Penulis Mengharapkan Semoga SKRIPSI Skripsi Ini Dapat Bermanfaat Bagi Semua yang membutuhkan.

Bengkulu, Februari 2026

Penulis

ABSTRAK
Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk
Terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu
Alvindo Oktovian¹
Dr. Meiffa Herfianti, S.E.,MM²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen iPhone pada Toko Pstore Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 150 responden yang merupakan konsumen yang berkunjung langsung ke toko. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25.

Hasil uji instrumen menunjukkan seluruh item pernyataan valid dengan nilai r hitung $> 0,381$ dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel citra merek sebesar 0,852, kualitas produk sebesar 0,739, dan minat beli sebesar 0,915 ($\alpha > 0,60$). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, serta secara simultan citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen iPhone di Toko Pstore Kota Bengkulu pada tingkat signifikansi 0,05. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan citra merek dan kualitas produk secara konsisten dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

*The Influence of Brand Image and Product Quality
on Consumers' Purchase Intention of iPhone at Pstore Bengkulu City*

Alvindo Oktovian¹
Dr. Meiffa Herfianti, S.E.,MM²

*This study aims to examine the influence of brand image and product quality on consumers' purchase intention of iPhone at Pstore Bengkulu City. This research employed a quantitative survey method involving **150 respondents** who directly visited the store. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The instrument testing results indicated that all questionnaire items were valid ($r\text{-count} > 0.381$) and reliable, with Cronbach's Alpha values of **0.852** for brand image, **0.739** for product quality, and **0.915** for purchase intention ($\alpha > 0.60$). Hypothesis testing results revealed that brand image has a positive and significant effect on purchase intention, product quality also has a positive and significant effect on purchase intention, and simultaneously both variables significantly influence consumers' purchase intention at a 0.05 significance level.*

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchase Intention*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO	vi PERSEMBAHAN
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I (PENDAHULUAN)	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)	
2.1 Definisi Konseptual	10
2.1.1 Minat Beli	10
2.1.2 <i>Citra Merek</i>	15
2.1.3 <i>Kualitas Produk</i>	19
2.1.4 Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	27
2.3 Kerangka Teoritik	29
2.4 Definisi Operasional.....	30
2.5 Hipotesis.....	31
BAB III (METODE PENELITIAN)	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Observasi	33
3.4.2 Wawancara	33
3.4.3 Kuesioner (Angket)	34
3.5 Uji Instrumen Penelitian	34
3.5.1 Uji Validitas	35
3.5.2 Uji Realibilitas	35
3.6 Uji Asumsi Klasik	36

3.6.1	Uji Normalitas.....	36
3.6.2	Uji Multikolinearitas	37
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.7	Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.2	Analisis Koefisien Korelasi (R)	39
3.7.3	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	39
3.8	Uji Hipotesis.....	40
3.8.1	Uji -t Secara Parsial	40
3.8.2	Uji -f Secara Simultan.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil	43
4.2	Pembahasan.....	58
4.2.1	Pengaruh <i>Citra Merek</i> terhadap Minat Beli	58
4.2.2	Pengaruh Kualitas produk Terhadap Minat Beli	59
4.2.3	Pengaruh <i>Citra Merek</i> dan Kualitas produk terhadap Minat Beli	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan PStore.....	5
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan	27
Tabel 2.2 Definisi Operasional	30
Tabel 3.1 Skala Likert.....	34
Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.6 Tanggapan Responen Terhadap variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responen variabel Kualitas produk	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responen Terhadap variabel Minat Beli	50
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji f.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Teoritik	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas	52
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heterokedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Validitas dan Reabilitas

Lampiran 3 Regresi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah mengubah pola hidup masyarakat modern di seluruh dunia. Salah satu dampak paling nyata dari kemajuan teknologi tersebut adalah meningkatnya kebutuhan terhadap smartphone sebagai alat komunikasi, hiburan, hingga penunjang aktivitas pekerjaan dan pendidikan. Smartphone kini bukan hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern (Noor & Nurlinda, 2021) Persaingan antar produsen smartphone semakin ketat, dengan berbagai merek yang berlomba menghadirkan inovasi, desain menarik, dan fitur unggulan untuk menarik perhatian konsumen. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif dengan memahami perilaku konsumen secara mendalam.

Salah satu merek smartphone yang berhasil mempertahankan posisinya di pasar global adalah Apple dengan produk andalannya, iPhone. iPhone dikenal sebagai produk premium yang memiliki kualitas tinggi, desain elegan, dan sistem operasi eksklusif. Menurut (Wang et al., 2022) kekuatan utama merek Apple terletak pada kemampuannya membangun citra merek yang kuat dan konsisten melalui inovasi serta pengalaman pengguna yang unggul. Meski harga produk iPhone relatif tinggi dibandingkan dengan merek lain, permintaan pasar terhadap produk ini tetap stabil, baik di tingkat global maupun nasional.

Fenomena ini menunjukkan adanya faktor psikologis dan persepsi nilai yang tinggi di kalangan konsumen terhadap produk Apple.

Di tingkat lokal, Pstore Kota Bengkulu merupakan salah satu toko resmi yang menjual produk iPhone dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat menengah ke atas. Menariknya, meskipun harga produk iPhone tergolong mahal, minat beli konsumen di Bengkulu tetap tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian tidak semata-mata dipengaruhi oleh harga, tetapi lebih kepada persepsi terhadap citra merek dan kualitas produk Japarianto, (2020). Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada produk iPhone di Pstore Kota Bengkulu.

Citra merek merupakan faktor penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap suatu produk. Menurut (Kotler, 2016) citra merek adalah sekumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu merek. Semakin kuat citra merek yang dimiliki perusahaan, semakin tinggi pula kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian oleh (Putri Ermanu & Febriana, 2024) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli, karena konsumen lebih cenderung membeli produk yang memiliki reputasi dan kredibilitas tinggi. Dalam konteks iPhone, Apple telah berhasil menciptakan citra merek yang identik dengan kemewahan, kepercayaan, dan prestise sosial.

Menurut penelitian (Muhammad et al., 2021) citra merek Apple dianggap mencerminkan nilai-nilai eksklusivitas, keanggunan, dan kemajuan teknologi. Hal ini membuat produk iPhone tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga simbol status sosial dan gaya hidup modern. Citra merek yang kuat menciptakan kelekatan emosional antara konsumen dan produk, yang akhirnya mendorong keinginan untuk membeli ulang. (Dian Sari et al., 2023) juga menambahkan bahwa semakin positif persepsi masyarakat terhadap citra merek, semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa citra merek berperan penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk iPhone di Pstore Kota Bengkulu.

Selain citra merek, faktor lain yang tidak kalah penting dalam memengaruhi minat beli adalah kualitas produk. Menurut (Tjiptono, 2016) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memberikan kinerja sesuai atau melebihi harapan konsumen. Dalam konteks smartphone, kualitas produk dapat dilihat dari berbagai aspek seperti kecepatan prosesor, daya tahan baterai, desain, keamanan data, dan kemudahan penggunaan. Penelitian (Fauziah et al., 2023) menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk yang tinggi mampu meningkatkan kepercayaan serta niat beli konsumen terhadap produk elektronik premium.

Produk iPhone dikenal memiliki kualitas yang unggul dan konsisten. Berdasarkan hasil penelitian (Yanti et al., 2024) kualitas produk Apple yang stabil dari segi desain, sistem operasi, dan performa menjadi alasan utama konsumen tetap setia meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dibanding

merek lainnya. Kualitas produk yang baik menciptakan kepuasan pengguna dan menumbuhkan loyalitas jangka panjang.

Faktor kualitas produk juga terlihat nyata pada perilaku konsumen di Pstore Kota Bengkulu. Banyak konsumen menilai bahwa harga tinggi iPhone sebanding dengan ketahanan, performa, serta kenyamanan penggunaannya. Selain itu, sistem operasi iOS yang stabil dan layanan purna jual yang baik turut memperkuat persepsi positif terhadap kualitas produk iPhone Muhammad et al., (2021). Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu faktor penentu utama yang dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk iPhone di Bengkulu.

Minat beli sendiri merupakan tahapan psikologis yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Menurut (Kotler, 2016), minat beli muncul ketika seseorang merasa yakin bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhannya. Faktor citra merek dan kualitas produk menjadi dua aspek penting yang secara simultan membentuk minat beli konsumen. Penelitian oleh (Fauziah et al., 2023) menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk smartphone premium.

Dalam konteks produk iPhone, minat beli sering kali muncul tidak hanya karena kebutuhan fungsional, tetapi juga karena dorongan emosional dan sosial. Konsumen membeli iPhone karena merasa bangga, percaya diri, serta memperoleh pengakuan dari lingkungannya Exstrada,(2020). Oleh karena itu, memahami bagaimana citra merek dan kualitas produk memengaruhi minat beli

konsumen sangat penting bagi pelaku usaha seperti Pstore Kota Bengkulu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu pemasaran dan manfaat praktis bagi para pelaku bisnis dalam meningkatkan penjualan produk smartphone premium.

Tabel 1.1
Data Penjualan iPhone Toko Pstore Kota Bengkulu

NO	BULAN	JUMLAH UNIT TERJUAL	TOTAL PENDAPATAN (Rp)
1	Juli	16 Unit	75.592.000
2	Agustus	29 Unit	146.000.000
3	September	25 Unit	104.250.000
4	Oktober	31 Unit	171.548.000
	JUMLAH	101	497.490.000

PS Store Bengkulu merupakan toko yang masih tergolong baru karena baru beroperasi selama lima bulan terakhir. Meskipun masih dalam tahap awal pengembangan, toko ini telah menunjukkan aktivitas penjualan yang cukup stabil.

Sumber: Penelitian 2026

Data yang ditampilkan merupakan hasil penjualan kotor (gross sales) selama periode tersebut, tanpa mencantumkan rincian keuntungan bersih karena informasi terkait profit bersifat privat dan tidak dibuka kepada publik. Penyajian data ini bertujuan memberikan gambaran umum mengenai performa penjualan awal PS Store dalam membangun kepercayaan konsumen di Bengkulu.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti melalui wawancara terhadap tiga konsumen toko Pstore Kota Bengkulu, diperoleh gambaran bahwa minat beli terhadap produk iPhone sangat dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk. Konsumen pertama menyampaikan bahwa ia memilih iPhone karena citra mereknya yang sudah sangat kuat dan identik dengan gaya hidup modern, eksklusif, dan prestisius. Menurutnya, memiliki iPhone memberikan rasa percaya diri dan menunjukkan status sosial tertentu di lingkungan pergaulan. Ia juga menambahkan bahwa meskipun harga iPhone tergolong tinggi, citra merek yang baik membuatnya merasa yakin terhadap kualitas dan ketahanan produk tersebut (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei,2024).

Konsumen kedua dan ketiga memberikan pandangan yang memperkuat temuan tersebut. Konsumen kedua mengungkapkan bahwa keputusan membeli iPhone lebih didorong oleh kualitas produknya, seperti performa sistem operasi yang stabil, daya tahan baterai yang baik, serta fitur kamera yang unggul. Namun, ia mengakui bahwa citra merek Apple juga menjadi faktor penting yang menambah nilai emosional dan kebanggaan dalam menggunakan produk tersebut. Sedangkan konsumen ketiga menilai bahwa meskipun iPhone memiliki kualitas tinggi, minat belinya sempat menurun karena adanya produk pesaing seperti Samsung dan Xiaomi yang menawarkan spesifikasi hampir setara dengan harga lebih terjangkau (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei,2024). Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen di toko Pstore Kota Bengkulu tidak hanya ditentukan oleh citra merek yang kuat, tetapi juga oleh

persepsi terhadap kualitas produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti mengambil judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis ingin mengidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terdapat beragam komentar positif dan negatif mengenai Toko Pstore Kota Bengkulu. Pengalaman pelanggan dalam berinteraksi dengan staf toko turut memengaruhi persepsi mereka terhadap citra merek. Hal ini berdampak pada tingkat kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iPhone yang dijual di toko tersebut.
2. Kualitas produk yang kurang optimal dapat menimbulkan keraguan pada pelanggan dan menurunkan minat mereka untuk membeli. Selain itu, tingginya tingkat persaingan antar merek smartphone di pasar, termasuk di kalangan konsumen iPhone di Toko Pstore Kota Bengkulu, menuntut pihak toko untuk terus menjaga keaslian dan mutu produk agar tetap dipercaya oleh konsumen.
3. Minat beli konsumen terhadap produk iPhone di Toko Pstore Kota Bengkulu cenderung tidak stabil. Hal ini disebabkan oleh belum optimalnya upaya

pihak toko dalam menanamkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk serta pelayanan yang diberikan.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari penelitian, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini. Permasalahan yang dibahas hanya mengenai Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu”, serta Responden dalam penelitian ini adalah Konsumen yang berkunjung langsung ke Lokasi.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Citra Merek* berpengaruh terhadap Minat Beli Pada Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu?
2. Apakah *Kualitas Produk* berpengaruh terhadap Minat Beli Pada Toko Pstore Kota Bengkulu ?
3. Apakah *Citra Merek* dan *Kualitas Produk* berpengaruh terhadap Minat Beli pada Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli pada Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu .

2. Untuk mengetahui pengaruh *Kualitas Produk* terhadap Minat Beli pada Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu .
3. Untuk mengetahui pengaruh *Citra Merek* dan *Kualitas Produk* terhadap Minat Beli pada Konsumen Iphone Toko Pstore Kota Bengkulu .

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Toko Pstore Kota Bengkulu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak Toko Pstore Kota Bengkulu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan citra merek, kualitas produk, serta minat beli konsumen.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk memperdalam pemahaman mengenai teori-teori pemasaran yang telah dipelajari, sekaligus menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman sebagai bekal dalam melakukan penelitian di masa mendatang.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa, serta menjadi bahan perbandingan dalam mengembangkan kajian mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen.