

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Prefensi Produk Sebagai Variabel Intervening Dalam Pembelian Handphone Iphone Pada Sumbar Smartphone Di Kota Padang. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis jalur. dengan mengedarkan kuesioner sebanyak 94 responden.

Hasil diperoleh bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap prefensi produk pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas produk terhadap prefensi produk pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap prefensi produk pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Terdapat pengaruh negatif tidak signifikan Citra merek terhadap Keputusan pembelian pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap Keputusan pembelian pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan prefensi produk terhadap Keputusan pembelian pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Prefensi produk memediasi pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Prefensi produk memediasi pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. Prefensi produk memediasi pengaruh sikap terhadap Keputusan pembelian pada Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang.

Akhirnya penulis menyarankan kepada toko Sumbar Smartphone di kota Padang untuk lebih meningkatkan Citra merek, Kualitas produk, prefensi produk sehingga keputusan pembelian meningkat.

**Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Sikap, Prefensi Produk dan Keputusan Pembelian**

### **ABSTRACT**

*This study aims to find out the influence of Brand image, product quality against buying decision with product preferences as an intervening variable Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. The method used is multiple linear regression analysis and path analysis. by distributing questionnaires as many as 52 respondents.*

*The results obtained There is a positive and significant influence of Brand image on product preferences in Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. There is a positive and significant product quality of product design on product preferences in Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. There is a negative no significant product quality of Brand image on Buying decision on Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. There is a positive and insignificant effect of product design on Buying decision on Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. There is a positive and significant product quality of product preferences in Buying decision on Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. product preferences mediates the product quality of Brand image on Buying decision on Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. product preferences mediates the product quality of product design on Buying decision on Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang. product preferences mediates the product attitude design on Buying decision on Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang.*

*Finally, the author suggested to Pada pembelian Handphone Iphone pada Sumbar Smartphone di kota Padang to further Brand image, product quality, attitude, product preferences to buying decision.*

**Keywords: Brand Image, Product Quality, Attitude, Product Preferences and Buying Decision**