**ABSTRAK**

Teknologi terus mengalami pertumbuhan seiring perkembangan dan kebutuhan pada era digital seperti sekarang. Kecanggihan teknologi ini merambah ke industri telekomunikasi. *Smratphone* merupakan salah satu bentuk nyata dari hasil perkembangan teknologi, termasuk diantaranya adalah Iphone. sampel dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan harga dan risiko yang dirasakan terhadap minat beli dengan persepsi nilai sebagia variabel mediasi produk iphone di Indonesia. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel dalam peneliatin sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling* dan *purpuse sampling* pada bulan Mei 2020. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kusioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda dan sobel. Hasil penelitian ini menunjukan kepuasan harga, risiko yang dirasakan dan persepsi nilai bepengaruh terhadap minat beli. sedangkan persepsi nilai berpengaruh positif memediasi kepuasan harga dan risiko yang dirasakan terhadap minat beli produk Iphone.

**Kata Kunci :** kepuasan harga, risiko yang dirasakan, perspsi nilai dan minat beli

***ABSTRACT***

*Technologi continues to exprience growth along whit the development and needs of the digital era like now. The technologi aophtication has penetrated tge telecommunications industry. Smartphone is a tanggible from of technological developnebt, including the Iphone. the sample in thus study aims to analyze the effect of price satisfaction and perceived value on purchase intention whit perceived value as a mediating variable for Iphone producta in Indonesia. This type of research is quantitative. The sampel in reseacrh were 96 respondent. The sampling technique used accitental sampling and purpuse sampling methods in May 2020. The data collection technique in this study used a questionnaire. The analysis technique used multiple and multiple liner regression. The result of this study indicate that price satisfaction, perceived risk and perceived value affect purchase intention. Maenwhile percevied value has a positive effect on mediating price saticfaction risk of purchase intention in Iphone product.*

*Keyword : price satisfaction, perceived risk, perceived value and purchase intention.*