

ABSTRACT

BAMBANG TRI ATMOJO, *Effect of Brand Image, Product Quality and Price on XL Axiata Purchase Decisions (Case Study on Prepaid XL Axiata Users in Kebon Jeruk Region, West Jakarta). (supervised by Rojuaniah)*

This study aims to determine the effect of Brand Image, Product Quality and Price on XL Axiata Provider Purchasing Decisions. Independent variables consist of (Brand Image, Product Quality and Price), Dependent Variables (Purchase Decisions). The number of samples used in this study were 155 respondents. Respondents of this study were all people who were met in Kebon Jeruk, West Jakarta and had bought and used XL Axiata Providers. The sampling technique in this study uses Non Probability sampling. How to determine the respondents who became the sample by using purposive sampling technique with the Hair method. The analytical method used in this study is associative method and this study uses the analysis technique of Multiple Linear Regression Analysis.

The results showed that Product Quality and Price had a positive and significant effect on XL Axiata Provider Purchasing Decisions. But the Brand Image does not affect the XL Axiata Provider Purchasing Decision.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price and Purchase Decision

ABSTRAKSI

BAMBANG TRI ATMOJO, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian XL Axiata (Studi Kasus Pada Pengguna Prabayar XL Axiata di Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat). (dibimbing oleh Ibu Rojuaniah)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Provider XL Axiata. Variabel Independen terdiri dari (Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga), Variabel Dependen (Keputusan Pembelian). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 155 orang responden. Responden penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang di temui di Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat dan pernah membeli dan menggunakan Provider XL Axiata. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Non Probability sampling. Cara menentukan responden yang menjadi sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan metode Hair. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dan penelitian ini menggunakan teknik analisa Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Provider XL Axiata. Namun Citra Merek tidak mempengaruhi Keputusan Pembelian Provider XL Axiata.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul