

ABSTRAKSI

ELITA MUTIASARI. Pengaruh Iklan, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Simpati, Studi Kasus di Wilayah Kapuk, Jakarta Barat. (Dibimbing oleh Jatmiko)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Simpati. Dari penelitian ini variabel independen terdiri dari Iklan, Kualitas Layanan, dan Citra Merek, sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah yang membeli dan menggunakan kartu prabayar simpati di Wilayah Kapuk, Jakarta Barat. Pengambilan sampel menggunakan *Non Probability* dengan teknik *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 160 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara bersama-sama iklan, kualitas layanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar simpati di wilayah Kapuk, Jakarta Barat. Dalam penelitian ini citra merek merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Iklan, Kualitas Layanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ELITA MUTIASARI. Influence of Advertising, Quality of Service and Brand Image on Purchase Decision Prepaid Card Simpati, Case Studies in Regional Kapuk, West Jakarta. (Supervision by Jatmiko)

This study aimed to determine the effect of Advertising, Quality of Service and Brand Image of the Purchase Decision Prepaid Cards Simpati. From this study, the independent variables consist of Advertising, Quality of Service, and Brand Image, while the dependent variable is the purchase decision. The population in this study is that purchasing and using prepaid cards of simpati in the region Kapuk, West Jakarta. Non-Probability Sampling using the purposive sampling technique. The sample in this study was 160 respondents. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that the partial advertising does not affect the purchase decision, partially quality services and a significant positive influence on purchasing decisions and brand image partially positive and significant impact on purchasing decisions. While simultaneously advertising, service quality and brand image positive and significant impact on purchasing decisions in the area of prepaid cards simpati Kapuk, West Jakarta. In this study, the brand image is the most dominant variable influencing purchasing decisions.

Keywords: Advertising, Quality of Service, Brand Image, Purchase Decision.