

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN INDIHOME

(Survey Pada Pelanggan IndiHome di Daerah Istimewa Yogyakarta)

AINUN SOTYA DWIANTO

NIM. 141150122

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

sotyadwianto@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan berlangganan IndiHome baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bersifat survey dengan cara metode penyebaran kuesioner secara online kepada 100 pelanggan IndiHome di Daerah istimewa Yogyakarta berdasarkan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berlangganan IndiHome baik bersama-sama maupun secara parsial.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Berlangganan IndiHome.