

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Pengguna Operator Telkomsel di Kota Manado)

YOSIAN EMMANUEL BAWIAS

141170074

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta
(bawiasyosian6@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian operator Telkomsel di kota Manado. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria responden menggunakan operator Telkomsel minimal 1 (satu) tahun pemakaian dengan jumlah 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert dan telah diuji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji F (simultan), uji t (parsial) dan uji determinasi (R^2). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, persepsi harga, keputusan pembelian, operator Telkomsel.