

ABSTRAK

Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh kualitas (X1), fitur (X2), merek (X3) dan harga (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2014 pengguna kartu telepon Axis. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan alat bantu kuesioner terhadap 80 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis didapat bahwa kualitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, fitur tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel bebas yang terdiri dari kualitas fitur merek dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap terhadap variabel terikat keputusan pembelian

Kata kunci : kualitas, fitur, merek, harga, keputusan pembelian



ABSTRACT

This research is aimed to know the effect of quality (X1), feature (X2), brand (X3) and price (X4) on purchasing decision (Y). The population object in this study were students of Muhammadiyah University Jember Faculty of Economics management and business major Axis phone card users. The data in this study were collected by questionnaire tool to 80 respondents by using purposive sampling technique. Data analysis technique used multiple linear regression analysis. The result of hypothesis test shows that the quality has a significant effect partially to the purchasing decision, the feature has no significant effect partially to the purchasing decision, the brand has a significant effect partially to the purchasing decision and the price has a significant partial effect on the customer satisfaction. Independent variables consisting of brand feature quality and price have significant effect simultaneously to the dependent variable of purchasing decision

Keywords : quality, features, brand, price, purchase decision

