

ABSTRAK

Di era globalisasi ini Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan semua manusia, mulai dari komunikasi secara langsung melalui lisan atau tidak langsung melalui tulisan hingga komunikasi jarak jauh (telekomunikasi).. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variable yang meliputi kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian helm produk Indihome fiber. Dalam penelitian data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara, dan kuesioner terhadap 68 responden yaitu pelanggan indihome fiber di kawasan Summersari yang sudah menggunakan produk indihome fiber kurang lebih selama 6 bulan . dengan teknik *purposive sampling* yang bertujuan pengambilan sampel berdasarkan pada pertimbangan kriteria dan syarat tertentu. Pada penelitian ini analisis yang digunakan meliputi uji instrument data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas dan uji linieritas), uji hipotesis (uji t, dan koefisien determinasi). Dari hasil menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variable kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), semua berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk indihome fiber di kecamatan summersari

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

ABSTRACT

In this era of globalization Communication is something that cannot be separated from the lives of all humans, ranging from direct communication through verbal or indirect through writing to remote communication (telecommunications). This study aims to determine the effect of three variables that include product quality (X1), price (X2), brand image (X3) on the purchase decision of Indihome fiber products. In the research data was collected by means of observation, interviews, and questionnaires to 68 respondents indihome fiber customers in the area of Summersari who have used indihome fiber products for about 6 months. With purposive sampling technique aims at sampling based on consideration of certain criteria and conditions. In this research, the analysis used is instrument data test (validity test, reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and linearity test) and hypothesis testing (t test, and coefficient of determination). From the results of using regression, it can be seen that product quality (X1), price (X2), brand image (X3), all positive effect to the purchasing of indihome fiber products in Summersari sub-district.

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