

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel harga, kualitas produk, promosi terhadap keputusan pembelian perdana indosat di Kota Malang serta untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan populasi dan sampel sebanyak 100 responden konsumen indosat di Kota Malang dengan menggunakan analisis data regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perdana Indosat di Malang. Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perdana Indosat di Malang. variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian perdana Indosat di Kota Malang adalah Variabel Promosi dengan nilai pengaruh sebesar 38.4%.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.

Abstract

This study aims to determine the effect of partial and simultaneous prices, product quality and promotion on the Indosat's initial purchase decision in Malang City and find out the most influential variables on purchase decision. This study uses a type of quantitative research with a population and sample of 100 Indosat consumer respondents in Malang City using multiple linear data analysis with the help of SPSS software. The results of the study show that prices, product, and promotion have simultaneously effect to Indosat's initial purchase decision in Malang city. And prices, product, and promotion have partial effect to Indosat's initial purchase decision in Malang city.the most dominant variable in influencing indosat's initial purchase decision in Malang City is a promotion variabel, with the influence value 38.4%.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchase decision.