

**ABSTRAK**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK**  
**PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INDOSAT**  
**DI KOTA YOGYAKARTA**

Antonius Yoko  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara bersama-sama dan secara parsial pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek pada keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma kampus 1 yang menggunakan kartu Indosat, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling*. Alat pengumpul data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Uji instrumen penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis dekripsi, analisis regresi linier berganda, uji F, dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk, promosi, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian. (2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif pada keputusan pembelian. (3) Promosi secara parsial berpengaruh positif pada keputusan pembelian. (4) citra merek secara parsial tidak berpengaruh positif pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Dan Keputusan Pembelian**

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND BRAND IMAGE ON THE DECISION OF BUYING INDOSAT CARDS IN THE CITY OF YOGYAKARTA**

Antonius Yoko  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2019

*This research aims to determine the influence of product quality, promotion, and brand image simultaneously and partially on the buying decision. The type of this research is quantitative. The population of this study consists of Sanata Dharma University Campus 1 students who used Indosat cards. The number of the sample is 100 respondents. The sampling technique used was non-probabilistic sampling techniques. Data were collected by distributing a questionnaire. This research instrument test used was the validity and reliability test. The data analysis techniques used were descriptive analysis, multiple linear regression analysis, F test, and t test. The result of this study indicated that: (1) product quality, promotion, and brand image simultaneously influenced buying decision. (2) product quality partially influenced buying decision positively. (3) promotion partially influenced buying decision positively. (4) brand image partially had no influence on buying decision.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Brand Image, and buying Decision.***