

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PROVIDER BY.U

Oleh

LANI OKTASARI

1812110163

Lannyos56@gmail.com

ABSTRAK

Era modern yang serba global dan instant saat ini, kebutuhan untuk selalu berhubungan dan mencari informasi secara online sudah menjadi kebutuhan yang pokok dan harus terpenuhi. 10 Oktober 2019 PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) resmi menghadirkan produk baru yaitu kartu by.U yang menawarkan fleksibilitas dan serba digital. by.U adalah layanan telekomunikasi basis prabayar digital yang pertama kali hadir di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu provider by.U di Lampung. Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif asosiatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda karena menggunakan lebih dari satu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Brand image* (X1), Kualitas Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) kartu provider by.U di Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dimana dalam pemilihan sampel dilakukan berdasarkan kebetulan, jadi siapa saja yang bertemu secara kebetulan dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang dijumpai tersebut cocok dijadikan sebagai sumber data, dengan perhitungan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus *Z Score*. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan simultan *Brand Image*, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kartu provider by.U

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON THE BY.U CARD PROVIDER PURCHASE DECISION

**By :
LANI OKTASARI
1812110163
Lannyos56@gmail.com**

ABSTRACT

In the modern era that is all global and instant today, the need to always be in touch and find information online has become a basic need and must be fulfilled. 10 October 2019 PT. Cellular Telecommunications (Telkomsel) officially presents a new product, namely the by.U card that offers flexibility and is all digital. by.U is a digital prepaid telecommunication service that was first introduced in Indonesia. This study aims to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions by.U provider cards in Lampung. This type of research is quantitative associative using multiple regression analysis method because it uses more than one independent variable that affects the dependent variable. The variables used in this research are Brand image (X1), Product Quality (X2) and Purchase Decision (Y) card provider by.U in Lampung. The sampling method used in this study is a non-probability sampling method using the accidental sampling technique where the sample selection is based on chance, so anyone who meets by chance with the researcher can be used as a sample if the person found is suitable as a source of data. with the calculation of the number of samples calculated using the Z Score formula. So that obtained a sample of 100 respondents. The results in this study indicate that there is a partial and simultaneous influence of Brand Image, Product Quality on the Purchase Decision of the provider card by.U

Keywords : Brand Image, Product Quality, Purchase Decision