

INFLUENCE OF BRAND IMAGE, DISTRIBUTION CHANNELS TO DECISION OF TELKOMSEL PRINCIPAL CARD PURCHASE

(Case by office PT. Apikomindo Jombang)
Jl. Soekarno hatta Ruko Cempaka Mas B2 Jombang.

ABSTRAK

By:

Imam Khudhori

Supervisor:

Nuri Purwanto, S.ST., MM

This research was conducted at PT. Apikomindo Jombang research is intended to To determine the effect of Brand Image on Telkomsel Purchasing Card Initiative and To know the effect of Distribution Channels to the decision to purchase Telkomsel starter pack. The number of samples used is 100 by using accidental sampling. As an independent variable that is brand image and Distribusi Channel, while the dependent variable is the purchase decision. The analysis used included validity test, reliability, classical assumption, regression analysis, test t and coefficient of determination by using computer software spss 23. The results of this study indicate that, (X1) Brand Image on Telkomsel's Initial Purchase Purchase Decision, partially effect on purchasing decision (Y), and (X2) distribution channel to Purchase Decision, partially affect purchasing decision (Y)

Keywords: Brand Images, Distribusi Channel, and Purchase Decision.

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMSEL**

(Study Kasus di Kantor PT. Apikomindo Jombang)
Jl. Soekarno hatta Ruko Cempaka Mas B2 Jombang.

ABSTRAK

Oleh:

Imam Khudhori

Dosen Pembimbing:

Nuri Purwanto, S.ST., MM

Penelitian ini dilakukan di PT. Apikomindo Jombang penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian kartu perdana Telkomsel dan Untuk mengetahui pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian kartu perdana Telkomsel. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 dengan menggunakan accidental sampling. Sebagai variabel independent yaitu *brand image* dan Saluran Distribsi, sedangkan variabel dependent adalah keputusan pembelian. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi, uji T dan koefisien determinasi dengan menggunakan software komputer *spss 23*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (X_1) *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Kartu perdana Telkomsel, secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), dan (X_2) saluran distribusi terhadap Keputusan Pembelian, secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : *Brand Image*, saluran distribusi, dan Keputusan pembelian.