

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER SIMPATI
(Studi Pada Pelanggan Kartu Simpati di Kota Jombang)**

ABSTRAK

**Oleh :
Ahmad Rifan**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Siti Zuhroh Msi**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Peningkatan penggunaan kartu Simpati oleh masyarakat. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruhnya citra merek dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu seluler Simpati. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu Simpati dan yang berdomisili di kota Jombang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 97 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian didapati bahwa variabel citra merek dan persepsi kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin positif citra merek kartu Simpati, maka akan meningkatkan keputusan pembelian kartu Simpati dan semakin tinggi persepsi kualitas produk kartu Simpati, maka akan meningkatkan keputusan pembelian kartu Simpati.

Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PERCEPTION QUALITY OF
PRODUCTS ON PURCHASE DECISIONS OF SIMPATI CELLULAR
CARDS**

(Study on Customers of Simpati Cards in Jombang City)

By :
Ahmad Rifan

Mentor:
Dr. Siti Zuhroh Msi

ABSTRACT

This research is motivated by an increase in the use of Simpati cards by the community. This research is intended to find out and analyze the influence of brand image and product quality perception on Simpati cellular card purchase decisions. The population in this study are users of Simpati cards and those who live in the city of Jombang. While the sample in this study was 97 people taken using purposive sampling technique. This study tests hypotheses using multiple linear regression analysis method. From the results of the study it was found that the variables of brand image and perception of product quality have a positive effect on the variables of purchasing decisions. The conclusion of this study is that the more positive the Simpati card brand image will be to increase the Simpati card purchase decision and the higher the perceived quality of the Simpati card product, it will increase the Simpati card purchase decision.

Keywords: Brand Image, Quality Perception, Purchase Decision

