

ABSTRAK

DEWI KANIA, 021120383, Pengaruh Harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian layanan kartu seluler Indosat Ooredoo pada mahasiswa manajemen universitas pakuan. Dibawah bimbingan: TOWAF TOTOK IRAWAN dan EKA PATRA, 2024.

Internet menjadi kebutuhan utama dalam era digital, termasuk di Indonesia, di mana jumlah pengguna internet mencapai 185 juta orang pada tahun 2024. Membuat operator telekomunikasi bersaing menawarkan layanan berkualitas. Namun, Indosat Ooredoo, salah satu pemain utama di industri ini, menghadapi tantangan penurunan pelanggan dan ulasan yang kurang baik terkait layanan mereka. Berdasarkan fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian mahasiswa manajemen Universitas Pakuan terhadap layanan kartu seluler Indosat Ooredoo.

Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan pendekatan explanatory survei. Pemilihan responden dilakukan dengan metode teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden pengguna kartu seluler Indosat Ooredoo di Fakultas Manajemen Universitas Pakuan. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan software IBM SPSS *Statistics 25*.

Berdasarkan hasil uji T yang dilakukan, menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian secara signifikan, **H1: diterima** dan secara parsial terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian secara signifikan, **H2: diterima**. Adapun hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel, yaitu variabel Harga dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh yang simultan dapat diterima, **H3: diterima**.

Kata kunci: harga, citra merek, keputusan pembelian