INTISARI

Ach Baihaki. 2018. Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data *Yellow* Im3 Indosat Ooredoo (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Wiraraja). Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing: (I) Rusnani, SE, MM. (II) Mohammad Rofik, SE, MSE.

Keputusan pembelian merupakan bagian dari Perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, promosi, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket data yellow im3 indosat ooredoo baik secara parsial ataupun simultan (bersama-sama).

Penelitian ini dilakukan dengan metode penyebaran kuisioner kepada para responden, yaitu mahasiswa universitas wiraraja. Sampel dalam penelitian yaitu sebanyak 75 dengan metode pengambilan sampel berupa *non probability sampling* berupa *purposive sampling*

Hasil dari penelitian ini yaitu variabel independen (harga, promosi, citra merek dan kualitas produk) berpengaruh signifikan secara parsial (masing-masing) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dari uji simultan dinyatakan bahwa variabel independen (harga, promosi, citra merek dan kualitas produk) berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, promosi, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian