

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada penjualan kartu perdana indosat ooredoo di Semarang). Dalam rangka mewujudkan keputusan pembelian diperlukan adanya citra merek, harga dan promosi yang baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu indosat ooredoo di Semarang yang tidak teridentifikasi. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (x_1), harga (x_2) dan promosi (x_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (y).

Kata Kunci : Citra merek, Harga, Promosi dan Keputusan pembelian