

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan & Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian IndiHome dari PT. Telkom Indonesia di Kota Semarang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pekanggan pengguna layanan IndiHome di Kota Semarang, dengan ukuran jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden yang diambil menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah (1) Citra merek memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (2) Kualitas produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (3) Layanan purna jual memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (4) Citra merek, kualitas produk, dan layanan purna jual secara bersama-sama memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,696, artinya bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan layanan purna jual dapat menjelaskan variasi variabel keputusan pembelian sebesar 69,6%.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Layanan Purna Jual, dan Keputusan Pembelian