

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Semarang tepatnya di jalan Kedungmundu Raya No 18, Kec. Tembalang, Kota Semarang Jawa Tengah 50273. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Kelas Reguler Universitas Muhammadiyah Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan Kartu Telkomsel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* (pengambilan sampel berdasarkan kebetulan) yaitu berjumlah 80 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif.

Pengujian hipotesis menggunakan uji-t yang menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Strategi Promosi (X_3) yang telah diteliti terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, dan Strategi Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai F_{hitung} sebesar 11,964 dan F_{tabel} sebesar 2,72 dan tingkat signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$. Angka Adjusted R Square menunjukkan bahwa 32,1% artinya secara bersama-sama variabel Harga, Kualitas Produk dan Strategi Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, selebihnya dijelaskan oleh variabel lain

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Keputusan Pembelian

ABSTRAK

This research was conducted at the University of Muhammadiyah Semarang, precisely on Jalan Kedungmundu Raya No. 18, Kec. Tembalang, Semarang City, Central Java 50273. This study aims to determine how much influence Price, Product Quality and Promotional Strategy have on the Telkomsel Card Purchase Decision in the study of Regular Class Management Study Program students, University of Muhammadiyah Semarang.

The population used in this study are consumers who use Telkomsel cards. Sampling in this study used non-probability sampling with the method of accidental sampling (sampling based on chance) which amounted to 80 respondents. The analytical method used is quantitative analysis.

Hypothesis testing using t -test which shows that the three independent variables, namely Price (X_1), Product Quality (X_2), and Promotion Strategy (X_3) which have been studied have a positive and significant effect on the dependent variable, namely purchasing decisions (Y). Then through the F test, it can be seen that the variables of Price, Product Quality, and Promotion Strategy together have a positive and significant effect on Purchase Decisions with an F_{count} value of 11.964 and an F_{table} of 2.72 and a statistical significance level of $0.000 < 0.05$. The Adjusted R Square figure shows that 32.1% means that together the variables Price, Product Quality and Promotion Strategy affect purchasing decisions, the rest is explained by other variables.

Keywords: *Price, Product Quality, Promotion Strategy and purchasing decisions*