

ABSTRAK

Keputusan pembelian sebagai tindakan konsumen yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan. Konsumen akan memilih produk yang terbaik diantara beberapa pilihan. Hal ini menunjukkan bahwa proses membeli yang dilakukan oleh konsumen dimulai jauh sebelum tindakan membeli dilakukan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya adalah kualitas produk, harga, dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian layanan IndiHome di Kota Semarang.

Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan yang membeli layanan IndiHome pada tahun 2021 di Kota Semarang, dengan jumlah sampel penelitian sebesar 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian diperoleh bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,000$. Hasil secara simultan diperoleh bahwa kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh nilai 0,744, artinya kualitas produk, harga, dan promosi dapat menjelaskan variasi keputusan pembelian sebesar 74,4%.

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