

ABSTRAK

Mery Sabina Lingga, NPM 71210312022, judul: Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara Program Studi Manajemen Angkatan 2021), yang dibimbing oleh: Dr. Tengku Ahmad Helmi, S.E., M.Si sebagai Dosen Pembimbing I dan Neni Sri Wahyuni, S.E., M.M sebagai Dosen Pembimbing II, Skripsi 2025

Pada penelitian ini memiliki tujuan, yaitu untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel di lingkungan Mahasiswa, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel di lingkungan Mahasiswa. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Sumatera Utara tepatnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2021. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan simple random sampling, dengan jumlah 63 responden. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif. Hasil dari penelitian ini, yaitu: Citra merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara Program Studi Manajemen angkatan 2021. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara Program Studi Manajemen angkatan 2021. Citra merek dan Harga secara simultan dapat mempengaruhi keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara Program Studi Manajemen angkatan 2021.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Mery Sabina Lingga, Student ID 71210312022, title: *The Influence of Brand Image and Price on the Purchase Decision of Telkomsel Simpati Card (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Islam Sumatera Utara, Management Study Program, Class of 2021)*, supervised by: Dr. Tengku Ahmad Helmi, S.E., M.Si as First Supervisor and Neni Sri Wahyuni, S.E., M.M as Second Supervisor. Thesis : 2025.

This study aims to analyze and determine the extent to which brand image influences the purchasing decision of Telkomsel Simpati cards among university students, and to examine the effect of price on the purchasing decision of Telkomsel Simpati cards among students. The research was conducted at the Islamic University of North Sumatra (Universitas Islam Sumatera Utara), specifically in the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, class of 2021. The sample was selected using simple random sampling, with a total of 63 respondents. This research is a quantitative study. The results of the study show that brand image does not have a partial effect on the purchasing decision of Telkomsel Simpati cards among students of the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, class of 2021. Price has a negative and significant effect on the purchasing decision of Telkomsel Simpati cards among these students. Simultaneously, brand image and price have an influence on the purchasing decision of Telkomsel Simpati cards among students of the Faculty of Economics and Business, Management Study Program, class of 2021..

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision