

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk(jasa/layanan) internet dan TV kabel First Media Surabaya dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah semua orang yang paham akan karakteristik layanan internet dan TV kabel di Surabaya. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode *random sampling* pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata(tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 reponden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pada penelitian ini di dominasi oleh citra merek.

Kata kunci: atribut produk, citra merek, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of a product attribute, brand image, and price on the purchase decision at the product (service) internet and TV cable First Media Surabaya with quantitative research. Furthermore, the research population used all people who have understood the characteristics of the internet and TV cable service in Surabaya. Meanwhile, the sample collection of this research used a random sampling method, i.e, taken at random from members of population without paying attention to the strata (levels) in the population members. The number of research sample used 100 respondents. Moreover, this research's data analysis method used multiple linear regression analysis with the SPSS (*Statistical Product and Solutions*) instrument 20 version.

The result of this research showed that product attribute had a significant effect on the purchase decision, the brand image had a significant effect on the purchase decision, the price had a significant effect on the purchase decision, this research was dominated by brand image.

Keyword: Product attribute brand image price, purchase decision.

