

## **ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of the product quality, brand trust and brand image impacting on purchasing decisions. The Object for this research is students of Mercu Buana University (Menteng area) Faculty of Economy and Bussiness Management which used Telkomsel Flash. This research was done to 269 respondents by using quantitative-descriptive approach. Thus, data analysis which is used is statistic analysis in the form of double linear regression test.*

*The result of this research shows that simultaneously, the variable of the product quality, brand trust, and brand image impacting on purchasing decisios. while partially only variable of brand trust and brand image that influence the purchasing decisions of Telkomsel Flash at Mercubuana University (Menteng area) Faculty of Economy and Bussiness Management. For the variable products quality did not influence the purchasing decision. It has been proven from the result of (f) simoultant test shows significant point of three independent variables that supports the hipotesys and the result of (t) partial shows that only two independent variables that supports the hipotesys. Therefore, the accepted assumption is, there is influence between the product quality, brand trust and brand image to purchasing decisions of Telkomsel Flash. While the result of (t) partial only the variable of brand trust and brand image which influnce to purchasing decisions.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

*Keywords: Product Quality, Brand Trust, Brand Image, Purchasing Decisions, Telkomsel Flash, Univercity Mercu Buana Menteng*

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana Menteng Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen yang menggunakan telkomsel flash, jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 269 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang di gunakan adalah analisis statistik dengan bentuk uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara parsial hanya variabel kepercayaan merek dan citra merek saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian telkomsel flash di Universitas Mercu Buana Menteng Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen. Untuk variabel kualitas produk ternyata tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini di buktikan dari hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa dan hasil uji parsial (uji t) hanya menunjukkan dua variabel bebas yang nilainya signifikan mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian telkomsel flash di Universitas Mercu Buana Menteng Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen, sedangkan secara parsial hanya variabel kepercayaan merek dan citra merek saja yang berpengaruh.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Telkomsel Flash, Universitas Mercu Buana Menteng