



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Yussie Togian Siregar

44310120067

Hubungan Brand Image Indosat Dengan Keputusan Pembelian Jasa IndosatM2

Jumlah Halaman : x + 82 halaman + 32 lampiran

Bibliografi : 17 acuan, Tahun 1991 – 2011

ABSTRAK

Ketika industri ISP (*Internet Service Provider*) mulai berkembang pada tahun 1996, PT. Indosat yang berkecimpung dalam bisnis telekomunikasi mengembangkan perusahaannya dengan mendirikan PT. Indosat Mega Media sebagai anak perusahaan untuk masuk ke bisnis ISP di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui hubungan brand image Indosat dengan keputusan pembelian jasa IndosatM2 dengan menggunakan landasan teori komunikasi pemasaran, brand image serta perilaku konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Hasil penelitian ini membahas mengenai hubungan brand image Indosat dengan keputusan pembelian jasa IndosatM2. Apakah ada hubungan antara kedua variabel tersebut, bagaimana arah hubungan tersebut, bagaimana interpretasi kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh hasil mengenai hubungan antara brand image Indosat dengan keputusan pembelian jasa IndosatM2 dan mampu mengetahui dimensi brand image paling dominan yang memiliki hubungan dengan keputusan pembelian jasa IndosatM2.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dimensi brand image paling dominan yang memiliki hubungan dengan keputusan pembelian adalah brand personality Indosat. Pada hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa kepribadian tersebut menimbulkan hubungan pada keputusan pembelian jasa IndosatM2.