

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KARTU GSM TELKOMSEL (Studi Pada Mahasiswa  
Jurusan Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sunan  
Gunung Djati Bandung)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu GSM Telkomsel Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Manajemen Angkatan 2018.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis datanya menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Korelasi, Regresi Linier Berganda, Uji-T, Uji-F, dan Analisis Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26.

Hasil Uji t secara parsial dari Citra merek (X1) menghasilkan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,409 > 1,99773$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai tingkat signifikansi =  $0,019 < 0,05$  artinya citra merek (X1) signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan nilai koefisien X1 bernilai 0,278 maka arah pengaruh X1 adalah positif. Maka dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu GSM Telkomsel pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Manajemen angkatan 2018. Untuk harga (X2) menghasilkan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $4,244 > 1,99773$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai tingkat signifikansi =  $0,000 < 0,05$  artinya harga (X2) signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan nilai koefisien X2 bernilai 0,484 maka arah pengaruh X2 adalah positif. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu GSM Telkomsel pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Manajemen angkatan 2018. Hasil Uji F atau secara simultan yaitu menghasilkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $22,645 > 3,14$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. maka secara simultan citra merek dan harga bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk signifikansi, yaitu 0,000 jika dibandingkan dengan nilai tingkat signifikansi sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ), maka di dapat nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka artinya signifikan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk citra merek dan harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Kartu GSM Telkomsel pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Manajemen angkatan 2018. Nilai dari R square adalah 0,414 atau 41,4%. Memiliki tingkat hubungan yang sedang. Itu berarti bahwa keputusan pembelian (Y) sebesar 41,4% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek (X1) dan harga (X2). Sedangkan sebesar 58,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian**