

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dari permasalahan penurunan jumlah laba bersih Indosat Ooredoo yang sangat signifikan pada tahun 2013 dan 2014. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga (X1), kualitas produk (X2), citra merek (X3) dan *word of mouth* (X4) terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat Ooredoo di kota Semarang.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terhadap 100 orang responden yang tersebar di Kota Semarang dan telah menggunakan kartu perdana Indosat Ooredoo lebih dari satu tahun. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS for windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan *word of mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat Ooredoo di kota Semarang. Dari keempat variabel independen tersebut, kualitas produk adalah variabel yang berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu disarankan bagi perusahaan untuk terus menerus melakukan perbaikan kualitas sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian kartu perdana Indosat Ooredoo.

Kata kunci : Persepsi harga, kualitas produk, citra merek, word of mouth