

ABSTRAK

Tuntutan perubahan status Universitas Diponegoro (Undip) menjadi Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN BH) menyebabkan Undip Career Center (UCC) sebagai lembaga persiapan karir Undip perlu untuk dapat mandiri membiayai biaya operasionalnya agar bisa tetap bertahan. Ketidakstabilan penjualan Premium Member UCC yang menjadi sumber pendapatan utama UCC menjadi permasalahan utama pada penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kemantapan keputusan pembelian Premium Member UCC. Penelitian ini menggunakan lima variabel, yaitu promosi penjualan, periklanan media sosial, citra merek, atribut produk, dan keputusan pembelian. Penarikan sampel penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dimana responden penelitian ini merupakan mahasiswa Undip minimal semester 4 dan lulusan Undip. Hasil jawaban dari 110 responden kemudian dianalisis menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) 23 dengan alat analisis yaitu regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi penjualan dan periklanan media sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap citra merek, dan citra merek memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Atribut produk juga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : promosi penjualan, periklanan media sosial, citra merek, atribut produk, dan keputusan pembelian.