

ABSTRAKSI

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti kesadaran merek, asosiasi merek dan persepsi kualitas. Keputusan pembelian konsumen bisa dilakukan terhadap banyak produk, salah satunya adalah kartu pra bayar IM3. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Ekonomika dan Bisnis Undip, Jl. Tembalang, Semarang yang menggunakan Kartu Prabayar IM3. Sampel yang diambil 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *simple random sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS Versi 13 menunjukkan bahwa : Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian.