

ABSTRACT

The background of this research is the decreasing of SIM Card 3 mobile broadband for internet service customers compared to other provider/ brand customers in 2014. This decline indicates that there was a change customer's behavior in other to purchase towards SIM Card 3 mobile broadband for internet service. The aim of this study is analyze on several factors, such as price, product quality and product diversification strategy that could be expected to influence customer's purchasing decision.

The sample in this study are collected by the 100 respondents of SIM Card users, while methods used is purposive sampling. Data collected by spreading questionnaire and data analysis method was done through multiple linear regressions using SPSS 16.0 for Windows software.

The analysis result showed that there was positive and not significant impact of price and product diversification strategy to purchasing decision, while the variable of product quality has positive and significant impact on purchasing decision

Keywords : *Price, product quality, product diversification strategy, purchasing decision*

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya jumlah pelanggan kartu layanan internet *mobile* Tri bila dibandingkan dengan pelanggan kartu internet merek lain pada tahun 2014. Penurunan tersebut mengindikasikan bahwa adanya perubahan pada perilaku keputusan pembelian konsumen terhadap kartu layanan internet *mobile* Tri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai beberapa faktor seperti; harga, kualitas produk dan strategi diversifikasi produk yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Data penelitian ini dikumpulkan dari 100 responden pengguna kartu layanan internet *mobile* Tri, metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software *SPSS 16.0 for Windows*.

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa harga dan strategi diversifikasi produk memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan kuat terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, kualitas produk, strategi diversifikasi produk, keputusan pembelian.