

ABSTRAK

Nurjannah, NIM : 7172210008. “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Internet Kartu Perdana XL Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017-2020 Universitas Negeri Medan”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Internet Kartu Perdana XL Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017-2021 Universitas Negeri Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 170 orang yang merupakan mahasiswa manajemen Angkatan 2017-2020 Universitas Negeri Medan yang menggunakan kartu perdana XL. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang pengukurannya dengan skala *likert* dan diolah secara statistic menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2) yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program *SPSS for windows 25.0*.

Secara parsial Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Internet Kartu Perdana XL Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017-2021 Universitas Negeri Medan. Kemudian hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variable Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Internet secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini terlihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 64,584 > 2,66$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,539 yang berarti bahwa Harga, Promosi Dan Kualitas Jaringan Internet Kartu Perdana XL berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017-2021 Universitas Negeri Medan sebesar 53%% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Jaringan Internet, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nurjannah, NIM : 7172210008. " The Influence of Price, Promotion and Quality of the XL Prime Card Internet Network on the Purchasing Decisions of Management Students Class of 2017-2020 Medan State University ".

This study aims to determine the effect of price, promotion and quality of the XL Perdana Card Internet network on the purchasing decisions of management students for the 2017-2021 class of Medan State University. This study uses a quantitative method with a sampling technique using non-probability sampling, with a total sample of 170 people who are management students of the 2017-2020 class of Medan State University who use an XL starter pack. The data collection technique in this study was carried out by distributing questionnaires whose measurements were using a Likert scale and statistically processed using multiple linear regression analysis and hypothesis testing with t test, F test and coefficient of determination (R²). reliability and classical assumption test. Data processing using SPSS for windows 25.0 program.

Partially Influence of Price, Promotion and Quality of XL Prime Card Internet Network on Purchasing Decisions for Management Students Class of 2017- 2021 State University of Medan. Then the results of the study also show that the variables of Price, Promotion and Quality of Internet Networks simultaneously affect Customer Loyalty. This can be seen from the value of $F_{count} > F_{table} = 64.584 > 2.66$ with a significant value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination test shows a value of 0.539 which means that the Price, Promotion and Quality of the XL Prime Card Internet Network affect the Purchasing Decisions of Management Students for the 2017-2021 Class of Medan State University by 53%% while the rest is influenced by other variables outside of this study.

Keywords : Price, Promotion, Internet Network Quality, Purchase Decision

THE
Character Building
UNIVERSITY