ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Publisitas dan Harga terhadap Brand Image Wifi.id (Studi Kasus PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat di Bandung). Penelitian menggunakan data pelanggan internet Wifi.id PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat di Bandung sebanyak 100 sampel responden yang diambil dengan menggunakan metode probability sampling. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda dan analisis koefisien korelasi. Semua perhitungan statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Publisitas berpengaruh terhadap Brand Image Wifi.id dan variabel Harga berpengaruh terhadp Brand Image Wifi.id

Kata kunci:Publisitas, Harga, Brand Image, Regresi Berganda, SPSS versi 22

ABSTRAK

This study aims to determine the magnitude of influence Publicity and Price of Brand Image Wifi.id (Case Study PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional Division III West Java in Bandung). The study used the internet customer data Wifi.id PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Regional Division III West Java in Bandung as many as 100 samples of respondents taken by using probability sampling method. The method of analysis used in this research is multiple regression analysis and correlation coefficient analysis. All statistical calculations performed using SPSS version 22 program. The results showed that publicity variables affect Brand Image Wifi.id and Price variables affect Brand Image Wifi.id

Keywords: Publicity, Price, Brand Image, Multiple Regression, SPSS version 22