

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk eSIM Smartfren di wilayah DKI Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik sampling nonprobability, melibatkan partisipasi 250 responden sebagai pengguna potensial eSIM Smartfren. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis regresi dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk, ketika dipertimbangkan secara bersama-sama, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk eSIM Smartfren di DKI Jakarta. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi industri telekomunikasi, terutama Smartfren, dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk eSIM. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan citra merek dan kualitas produk eSIM mereka, dengan tujuan memperkuat daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang preferensi konsumen di pasar eSIM, dengan menggabungkan analisis statistik untuk memperkuat validitas dan reliabilitas hasil.

Kata kunci: eSIM Smartfren, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian, DKI Jakarta.