

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK SERTA HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK LENOVO

Oleh

I Made Purnama Wiguna Putra, NIM 1817041086

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari kualitas produk dan citra merek serta harga baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian laptop merek Lenovo. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik metode *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini adalah: 1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Lenovo. 2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Lenovo. 3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Lenovo. 4. Kualitas produk dan citra merek serta harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Lenovo.

Kata-kata kunci: kualitas produk, citra merek, harga, keputusan pembelian.

Abstract

This study aims to examine the effect of product quality and brand image as well as price either partially or simultaneously on purchasing decisions for Lenovo brand laptops. The research design used in this study is causal quantitative. Determination of the sample in this study using a non-probability sampling method, namely purposive sampling. The number of samples in this study were 80 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results in this study are: 1. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lenovo brand laptops. 2. Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lenovo brand laptops. 3. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions for Lenovo brand laptops. 4. Product quality and brand image and price have a positive and significant effect on purchasing decisions for Lenovo brand laptops.

Keywords : *product quality, brand image, price, purchase decision.*