

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
LAPTOP MEREK ASUS PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN**

Oleh

**Dhea Serly Selviyanti, NIM 117041196**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari kualitas produk dan *brand image* baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada mahasiswa Jurusan Manajemen. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Kualitas produk dan *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada mahasiswa Jurusan Manajemen. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada mahasiswa Jurusan Manajemen. (3) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada mahasiswa Jurusan Manajemen.

**Kata Kunci** : kualitas produk, *brand image*, keputusan pembelian

**Abstract**

*This study aims to examine the effect of product quality and brand image either simultaneously or partially on the purchasing decisions of Asus brand laptops in Management Department students. The research design used is causal quantitative research. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique. The number of samples used is 100 respondents. The instrument used in data collection is a questionnaire and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Product quality and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions for Asus brand laptops for Management Department students. (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Asus brand laptops for Management Department students. (3) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for Asus brand laptops for Management Department students.*

**Keywords:** *product quality, brand image, purchasing decisions*