

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN

Oleh :

Ahmad Nazarudin NIM 1517041160

Jurusan Manajemen

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara simultan dan parsial dari harga dan promosi terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan tahun 2015 dan 2016 yang pernah atau sedang menggunakan laptop merek Asus dan objek penelitian ini adalah laptop merek Asus. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah pengguna laptop merek Asus dengan minimal penggunaan selama 6 bulan. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang memiliki total 13 pernyataan, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga didapat sampel sebanyak 65 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus.

Kata kunci: Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

Abstrack

This study aimed to examine the effect of simultaneous and partially price and promotion of purchasing decisions on Asus brand laptops. The research design used is causal quantitative. The subjects of this study were students majoring in management in 2015 and 2016 who had or were currently using the Asus brand laptop and the object of this study was the Asus brand laptop. The criteria for respondents in this study were Asus brand laptop users with minimum use of 6 month. Data were collected with a questionnaire that has 13 statements, then the data obtained were analyzed using multiple linier regression analysis. The sample collection technique uses purposive sampling to get 65 respondents. Based on the results of this study in indicate that (1) price and promotion have a significant effect on purchasing decisions (2) price has positive and significant effecton purchasing decisions (3) promotion has has a positive and significant effect on Asus brand laptops purchasing decisions.

Keywords: price, promotion, purchasing decisions