

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP
MEREK ASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI**

Oleh

Mei Nike Syahputri Munthe NIM. 1517011025

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Faktor penentu dari keputusan pembelian salah-satunya adalah harga. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop merek asus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi. Jenis penelitian yang digunakan yaitu, metode kausal. Variabel dalam penelitian ini yaitu harga (X) dan keputusan pembelian (Y). Sampel yang digunakan penelitian ini yaitu 95 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana menggunakan *IBM SPSS 26.0 for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian, yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 14,392 > t_{tabel} = 1,986$ dan nilai signifikansi uji t untuk harga adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian laptop merek asus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi.

Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Merek Asus

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the effect of price on purchasing decisions for Asus laptops for students of the Faculty of Economics. The type of research used was the causal method. The variables in this study were price (X) and purchasing decisions (Y). The sample used in this study were 95 respondents from the Faculty of Economics, Ganesha University of Education. The method used in data collection was a questionnaire. The analytical method used was descriptive analysis and simple linear regression analysis using IBM SPSS 26.0 for Windows. The results showed that there was a significant effect of price on purchasing decisions, as indicated by the value of $t \text{ count} = 14,392 > t \text{ table} = 1,986$ and the significance value of the t -test for the price was 0.000 less than 0.05. Therefore, it can be concluded that there was a positive and significant influence between the price and the decision to purchase an asus brand laptop for students of the Faculty of Economics.

Keywords: *price, purchase decision, Asus brand*

