

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI KOTA SINGARAJA

Oleh

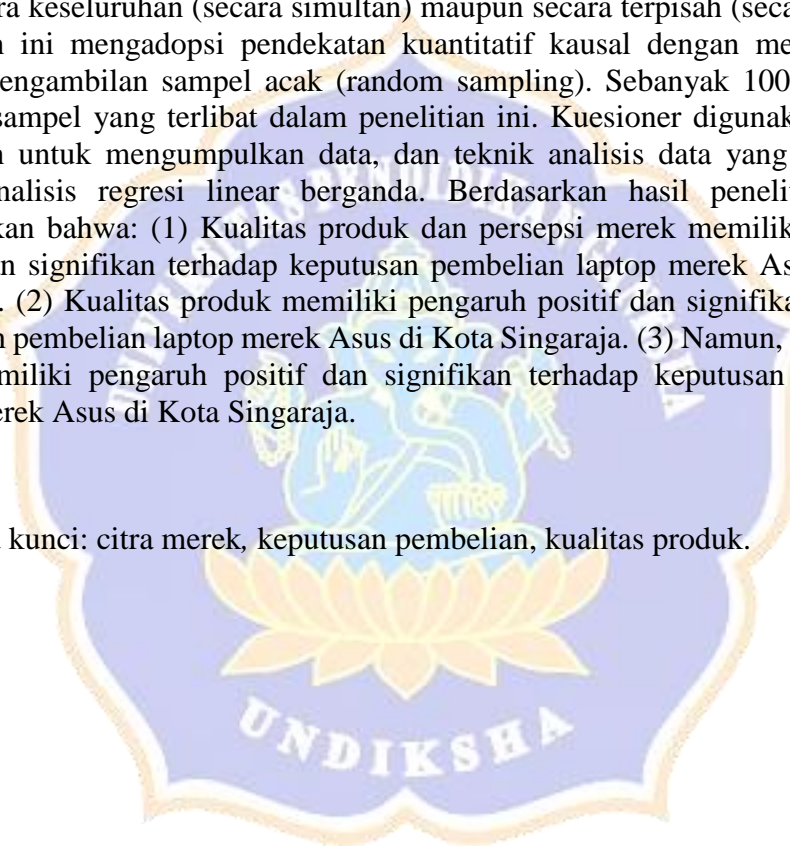
Nurlaiyla Rahmadhini, NIM 1917041074

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh kualitas produk dan persepsi merek terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus di Kota Singaraja, baik secara keseluruhan (secara simultan) maupun secara terpisah (secara parsial). Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif kausal dengan menggunakan metode pengambilan sampel acak (random sampling). Sebanyak 100 responden menjadi sampel yang terlibat dalam penelitian ini. Kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) Kualitas produk dan persepsi merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus di Kota Singaraja. (2) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus di Kota Singaraja. (3) Namun, citra merek tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus di Kota Singaraja.

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



***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
THE PURCHASE DECISION OF ASUS BRAND LAPTOPS IN SINGARAJA
CITY***

By

Nurlaiyla Rahmadhini, NIM 1917041074

Department of Management

ABSTRACT

This study aims to assess the influence of product quality and brand perception on the purchase decision of Asus brand laptops in Singaraja City, both overall (simultaneously) and separately (partially). This study adopts a causal quantitative approach using a random sampling method. A total of 100 respondents were sampled in this study. Questionnaires are used as instruments to collect data, and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it can be concluded that: (1) Product quality and brand perception have a positive and significant influence on the purchase decision of Asus brand laptops in Singaraja City. (2) Product quality has a positive and significant influence on the purchase decision of Asus brand laptops in Singaraja City. (3) However, the brand image does not have a positive and significant influence on the purchase decision of Asus brand laptops in Singaraja City.

Key words: brand image, purchase decision, product quality.

