

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS

Oleh :

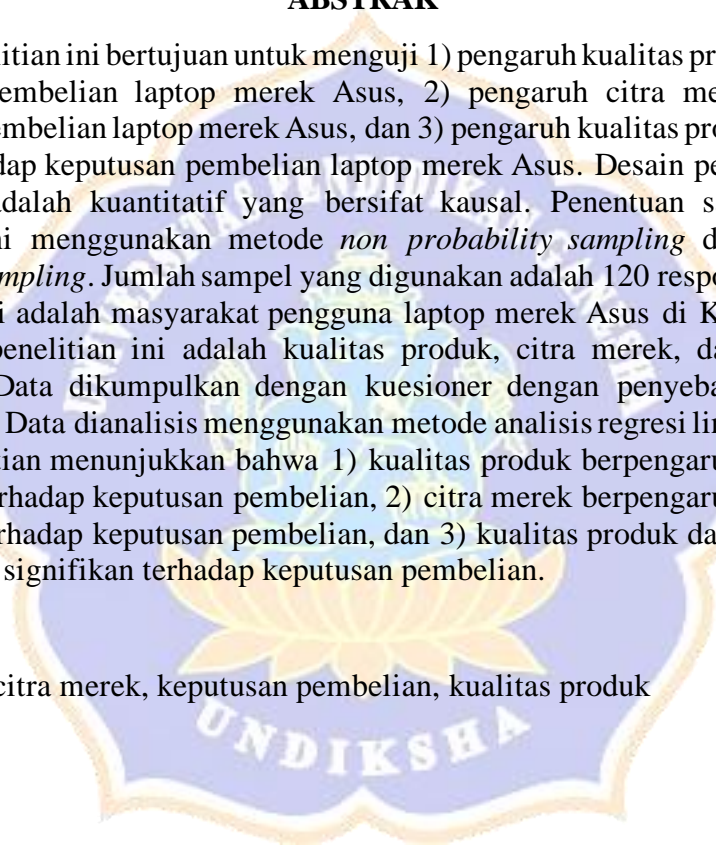
Radhatya Dhyan Ghaneswary, NIM 2017041113

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji 1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus, 2) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus, dan 3) pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bersifat kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 120 responden. Subjek penelitian ini adalah masyarakat pengguna laptop merek Asus di Kota Singaraja dan objek penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Data dikumpulkan dengan kuesioner dengan penyebaran melalui *google form*. Data dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan 3) kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, kualitas produk



***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON THE
DECISION TO PURCHASE ASUS BRAND LAPTOP***

By:

Radhatya Dhyan Ghaneswary, NIM 2017041113

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research aims to look at three things: 1) how brand image influences people's choice to buy Asus laptops; 2) how product quality influences people's decisions to buy Asus laptops; and 3) how product quality and brand image influence people's decisions to buy Asus laptops. Quantitative causal research is used. In this research, the sample was selected using a non-probability sampling strategy which combines purposive sampling with other techniques. A total of 120 participants were sampled. Subject Participants in this research are Asus laptop users who live in the city of Singaraja. This research aims to examine product quality, brand perception and purchasing behavior. Data was collected using surveys sent using Google Forms. Using multiple linear regression analysis, the data was examined. These findings indicate that 1) product quality influences purchasing choices positively and significantly, 2) brand image influences purchasing decisions positively and significantly, and 3) product quality and brand image influence purchasing decisions significantly.

Keywords: brand image, purchasing decisions, and product quality

