

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS PADA SISWA JURUSAN TEKNIK KOMPUTER DAN JARINGAN DI SMK TI BALI GLOBAL SINGARAJA**

**Oleh**  
**Gede Erick Sudarma Adiputra, NIM 1617041009**  
**Program Studi Manajemen**  
**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk. Terdapat dua permasalahan yang dapat diidentifikasi diantaranya: (1). faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk laptop merek Asus pada siswa jurusan teknik komputer dan jaringan di SMK TI Bali Global Singaraja, (2). menentukan faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian produk laptop merek Asus pada siswa jurusan teknik komputer dan jaringan di SMK TI Bali Global Singaraja. Berdasarkan jenisnya, penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis faktor sebagai metode penelitian. Penelitian ini menggunakan jenis pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan jumlah variabel sebanyak 12 butir variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat tiga faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian produk pada siswa jurusan teknik komputer dan jaringan di SMK TI Bali Global Singaraja diantaranya: (1) faktor utama, (2) faktor bauran pemasaran, dan (3) faktor pendukung. Faktor yang paling mendominasi adalah faktor utama dengan total nilai *eigenvalue* didominasi oleh faktor utama.

**Kata kunci** : faktor bauran pemasaran, faktor pendukung, faktor utama, keputusan pembelian

# FACTORS THAT DETERMINE THE DECISION OF PURCHASING ASUS LAPTOPS IN COMPUTER AND NETWORK ENGINEERING DEPARTMENTS AT SMK TI BALI GLOBAL SINGARAJA

By  
Gede Erick Sudarma Adiputra, NIM 1617041009  
Program Studi Manajemen  
Jurusan Manajemen

## ABSTACT

*The purpose of this study is to determine the factors that determine product purchasing decisions. There are two problems that can be identified including: (1). the factors that determine the purchase decision of Asus brand laptop products for students majoring in computer and network engineering at SMK TI Bali Global Singaraja, (2). determine the most dominant factor in determining the purchase decision of Asus brand laptop products for students majoring in computer and network engineering at SMK TI Bali Global Singaraja. Based on the type, this research is a type of quantitative research that uses factor analysis as a research method. This study uses a type of data collection using a questionnaire, with the number of variables as many as 12 items. The results of this study indicate that there are three most dominant factors in determining product purchasing decisions for students majoring in computer and network engineering at SMK TI Bali Global Singaraja, including: (1) main factors, (2) marketing mix factors, and (3) factors supporter. The most dominant factor is the main factor with the total eigenvalue being dominated by the main factor.*

**Keywords:** *marketing mix factors, supporting factors, main factors, purchasing decisions*