

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand equity* dan kualitas produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah konsumen laptop merek Asus di kota Tabanan dan objek penelitiannya adalah *brand equity*, kualitas produk dan keputusan pembelian. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner yang dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *brand equity* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 69,2%, (2) *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 31,3%, (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 31,5%,

Kata kunci: *Brand Equity*, Kualitas produk, keputusan pembelian

### **Abstrak**

*This study aims to examine the effect of brand equity and product quality simultaneously and partially on purchasing decisions. The research design used is quantitative causal. The subject of this research is the consumer of Asus laptop in Tabanan city and the object of research is brand equity, product quality and purchasing decision. Data were collected using a questionnaire method with multiple linear regression analysis. The results showed that (1) brand equity and product quality had a significant effect on purchasing decisions by 69.2%, (2) brand equity had a positive and significant effect on purchasing decisions by 31.3%, (3) product quality had a positive and significant effect. to the purchasing decision of 31.5%,*

**Keywords:** *Brand Equity, product quality, purchasing decisions*