

ABSTRACT

Companies are required to be more creative in determining the right strategy so that it can attract the interest of the customer and influence the customer to consume their product consumption. This research is meant to find out product quality, price, and brand image to the purchasing decision of Asus laptop.

The population is all customers who have ever purchased Asus Laptop i.e. the students of STIESIA Surabaya and the amount of population is unknown and 100 respondents have been selected as samples. The data is the primary data which has been collected by issuing questionnaires. The analysis technique has been done by using multiple linear regressions analysis.

The result of the test shows that the variables i.e. product quality, price, and brand image have significant and positive influence to the purchasing decision of Asus laptop, and price is the variable which has dominant influence to the purchasing decision

Keywords: *product quality, price, brand image and purchasing decision.*



INTISARI

Perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam menetapkan strategi yang tepat bagi perusahaan sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi konsumen untuk dapat mengkonsumsi produk mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Asus.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli Laptop Asus pada mahasiswa STIESIA Surabaya yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian dari penelitian ini menunjukkan variabel kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian laptop Asus, dan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian laptop Asus adalah harga.

Kata kunci: kualitas produk, harga, citra merek, keputusan pembelian

