

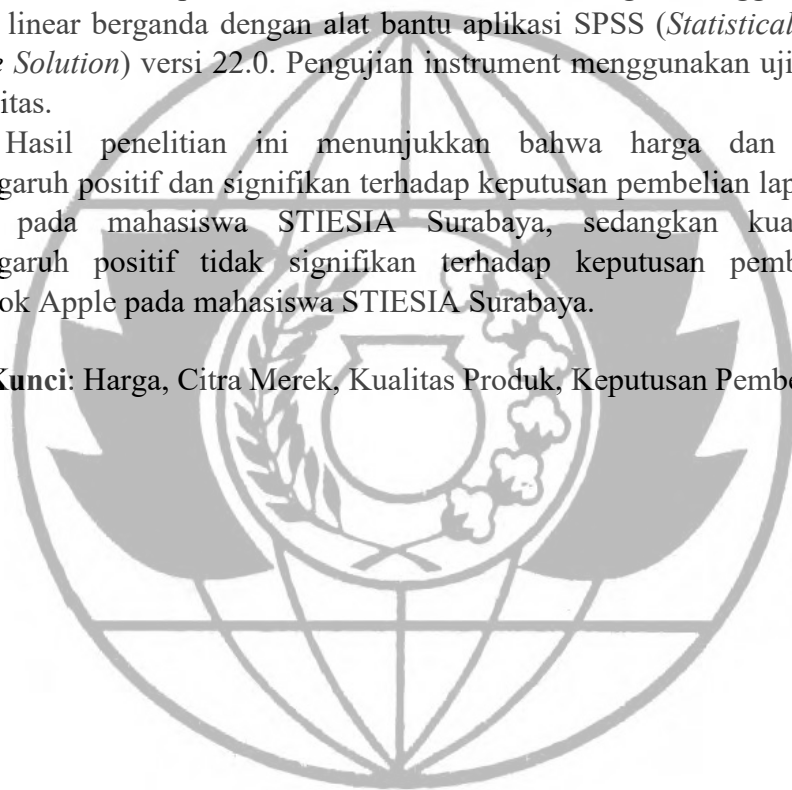
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop Macbook Apple (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA). Populasi yang digunakan dalam penelitian merupakan mahasiswa STIESIA Surabaya yang membeli laptop Macbook.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian *asosiatif* (hubungan) dengan metode analisis kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik metode *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak seratus responden. Metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Macbook Apple pada mahasiswa STIESIA Surabaya, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Macbook Apple pada mahasiswa STIESIA Surabaya.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of price, brand image, and product quality on purchasing decisions of Macbook Apple (A Case Study at Students of STIESIA Surabaya). The population was students of STIESIA Surabaya who bought Macbook Apple.

The research was associative-quantitative. Moreover, the data were primary with questionnaires as the instrument in the data collection technique. The data collection technique used probability sampling. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 22 version. Additionally, the instrument test used validity and reliability tests.

The result concluded that both price and brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions of Macbook Apple for students of STIESIA Surabaya. On the other hand, product quality had a positive but insignificant effect on purchasing decisions of Macbook Apple for students of STIESIA Surabaya.

Keywords: *Price, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions*

I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day 27/2/23

M. Faisal, S.Pd., M.Pd.
STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia