

ABSTRACT

This research aimed to obtain a clear picture of the influence of brand image (brand image) and the quality of products on purchase decisions at the Toshiba brand laptop Mercu Buana University student in Menteng campus. This study used quantitative methods that analyze the influence of variables X1 and X2 to Y variable by using multiple linear regression. The samples used were 100 respondents. Sampling technique used in this study is Accidental Sampling.

The research results indicate multiple linear regression analysis is $Y = 5.963 + 0.854X1 + 0,086X2$. From the results of F test known that simultaneously independent variables (brand image and product quality) has a significance value (p-value) below 0.05 is equal to 0.000, and the results obtained F count > F table ($79.751 > 3.94$), meaning that there significant influence between the variables of brand image (brand image) and product quality together on purchasing decisions Toshiba brand laptop. Based on the T test results for the variable X1 (brand image) T count ($1.288 < T$ table (1.661)), then partially no significant difference between the variables of brand image (brand image) on purchase decisions Toshiba brand laptop. Based on the T test results for the variables X2 (quality products) obtained $t (11.586) > t$ table (1.661), then partially there are significant positive and significant correlation between the variable quality of products on purchase decisions Toshiba laptop. Value Adjusted R Square = 0.746 This means that the contribution of the brand image (brand image) and the quality of products on purchase decisions Toshiba brand laptop by 74.6% while the remaining 25.4% is the influence of other factors.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions.

MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran jelas tentang pengaruh *brand image* (citra merek) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Toshiba pada mahasiswa Universitas Mercu Buana kampus Menteng. Penelitian ini digunakan dengan metode kuantitatif yakni menganalisis adanya pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y dengan menggunakan regresi linier berganda. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*.

Adapun hasil penelitian menunjukkan analisis regresi linier berganda yaitu $Y = 5,963 + 0,086X_1 + 0,854 X_2$. Dari hasil uji F diketahui bahwa secara simultan variabel independen (*brand image* dan kualitas produk) mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) di bawah 0,05 yaitu sebesar 0,000, dan diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($79,751 > 3,94$), artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel *brand image* (citra merek) dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian laptop merek Toshiba. Berdasarkan hasil uji T untuk variabel X₁ (*brand image*) diperoleh t_{hitung} (1,288) < nilai t_{tabel} (1,661), maka secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *brand image* (citra merek) terhadap keputusan pembelian laptop merek Toshiba. Berdasarkan hasil uji T untuk variabel variabel X₂ (kualitas produk) diperoleh t_{hitung} (11,586) > t_{tabel} (1,661), maka secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Toshiba. Nilai *Adjusted R Square* = 0,746 hal ini berarti bahwa kontribusi *brand image* (citra merek) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Toshiba sebesar 74,6% sedangkan sisanya 25,4% merupakan pengaruh faktor lain.

Kata kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.