

ABSTRACT

This study aims to assess what influences influence the purchase decision of Asus laptop products. The independent variables obtained from the preliminary survey results are Price, Brand Image and Product Quality. While the dependent variable obtained is the purchase decision. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using PLS. The population is residents living in West Jakarta, with a sample of 161 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that price has a significant positive effect on purchasing decisions, brand image has a significant positive effect on purchasing decisions, and product quality has a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Price, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision, Asus Laptop.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Laptop Asus. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan PLS. Populasinya adalah penduduk berwilayah tinggal di Jakarta barat, dengan sampel 161 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, serta Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Laptop Asus.

