

## ABSTRAK

**Ira Ferawati Wijaya. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer retail Penjualan Brand Acer di E-Center Supermall Lippo Karawaci, Tangerang. (Dibimbing oleh Endang Ruswanti).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian laptop Acer. Variabel independen terdiri atas citra merek, kualitas produk dan harga, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 orang responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability sampling*. Cara menentukan responden yang menjadi sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan metode Hair. Alat analisis menggunakan uji regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis F dan uji hipotesis t.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (a) Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (b) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (c) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (d) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (e) Harga merupakan variabel dominan yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di E-Center Supermall Lippo Karawaci, Tangerang.

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

## **ABSTRACT**

***Ira Ferawati Wijaya. Influence of Brand Image, Product Quality and Price To Purchase Decision Acer Laptop Retail Sales of Acer Brands at E-Center Supermall Lippo Karawaci, Tangerang. (Supervised by Endang Ruswanti).***

*This study aimed to determine the influence of brand image, price and product quality on purchasing decisions of Acer laptop. The independent variables consist of brand image, price and product quality, while the dependent variable is the purchase decision. The samples used in this study were 150 respondents. The sampling technique in this study uses non probability sampling. How to determine a sample of respondents using purposive sampling technique with Hair. Analysis tools using multiple regression test, classic assumption test and test hypotheses F and test hypotheses t.*

*Based on the result of research, it can be concluded that (a) Brand Image, Product Quality and Price have a positive influence effect simultaneously to Laptop Acer Purchase Decision (b) Brand Image have positive and significant influence to Laptop Acer Purchase Decision (c) Product Quality have positive and significant influence to Laptop Acer Purchase Decision (d) Price have positive and significant influence to Laptop Acer Purchase Decision (e) Price is the dominant variable that influence the Acer Laptop Purchase Decision at E-Center Supermall Lippo Karawaci, Tangerang.*

***Keywords: Brand Image, Quality Product, Price, Purchase Decision***