

ABSTRAK

RM. Arga Bayu Rakasiwi. Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan, harga, terhadap keputusan pembelian laptop lanovo dikawasan kelurahan tanjung duren utara jakarta barat (dibimbing oleh Ari Anggarani W.P.T)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian laptop lenovo. Kualitas produk, citra merek dan harga menjadi variabel independen sedangkan keputusan pembelian menjadi variabel dependent. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Responden penelitian ini adalah konsumen yang memakai dan menggunakan laptop lenovo. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, citra merek dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. harga paling dominan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

RM. Arga Bayu Rakasiwi. *Influence product quality, brand image, and price, on purchasing decisions laptop lenovo sub region Tanjung Duren Utara Jakarta Barat* (led by Ari Anggarani W.P.T)

This study aims to determine the effect of product quality, brand image and price of the lenovo laptop purchase decision. Product quality, brand image and price becomes the independent variable while purchasing decisions become dependent variable. The samples used in this study were 150 respondents. Respondents are consumers who wear and use lenovo laptop. The analytical method used in this research is multiple linear regression .

The results showed that the quality of products has significantly influence purchase decisions, brand image has a significant influence on purchasing decisions, and the price has a significant influence on the purchase decision. Product quality, brand image and price jointly influential on purchase decisions. The most dominant price on purchase decisions.

Keyword: product quality, brand image, pricing, purchasing decisions