

Disca Alif Satria, 10312020, **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ASUS pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus, 2014

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi program studi manajemen dengan jumlah 434 orang. Penelitian ini menggunakan sampel 50 responden ditentukan dengan menggunakan rumus Roscoe dengan tingkat kesalahan 5%, jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menguji empat variabel independen yaitu harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk yang mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel citra merek dan inovasi produk tidak berpengaruh. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

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

Disca Alif Satria 10312020, Effect of Price, Product Quality, Product Innovation and Brand Image on Brand ASUS Laptop Buying Decision on students of Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, August, 2014 **Abstract**

This study aims to determine the effect of price, product quality, brand image and product innovation to brand ASUS laptop purchase decision on the students of management courses with a number of 434 people. This study used a sample of 50 respondents was determined using the formula Roscoe with an error rate of 5%, the type of data used are primary and secondary data. This study examined four independent variables are price, product quality, brand image and product innovations that influence purchasing decisions. The purpose of this study presented was to determine the effect of price, product quality, brand image and product innovation on purchasing decisions by using multiple linear regression analysis method. The results showed that the variable price, and product quality partial effect on purchasing decisions while variable brand image and product innovation has no effect. The results also show that the variable price, product quality, brand image and product innovation variables significantly influence the purchase decision.

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

