

## ABSTRAK

**Jaelani Shidiq Kelana (1148020160):** *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ASUS Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.*

Penelitian ini mengacu pada latar belakang mengenai penjualan laptop yang terus mengalami penurunan tingkat penjualan yang terus terjadi ditengah perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat sehingga perusahaan harus mampu berinovasi dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, (2) Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. (3) Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Kualitas Produk* dan *Citra Merek*, sedangkan untuk variabel dependen adalah Keputusan Pembelian.

Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan jumlah populasi 1150 mahasiswa. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 286 responden sesuai teori slovin dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah 22 buah pertanyaan dalam kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini terlihat pada nilai t hitung sebesar  $7,965 > t$  tabel yaitu 1,968 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (2) secara parsial Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini terlihat dari nilai t hitung sebesar  $5,319 > t$  tabel yaitu 1,968 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (3) dilihat dari Prob(F. Statistic) dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar  $156,289 >$  nilai F tabel sebesar 3,03. Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga secara simultan Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh signifikan. R square yang didapat sebesar 0,525 Hal ini berarti kemampuan kedua variabel independen yaitu Kualitas Produk dan Citra Merek dapat menjelaskan variasi variabel dependen Keputusan Pembelian adalah sebesar 52,5% sedangkan sisanya 47,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak masuk kedalam model regresi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian