

ABSTRAK

Pengguna laptop merek ASUS menunjukkan peringkat yang cukup tinggi di kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan laptop merek ASUS memiliki beberapa keunggulan seperti: 1) memiliki motherboard yang tangguh, 2) tahan digunakan untuk bermain game, 3) harga lebih terjangkau, 4) garansi lebih lama. Adanya beberapa kelebihan dari laptop merek Asus tersebut membuat banyak dari masyarakat yang memutuskan untuk memilih laptop merek Asus. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh yang signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampling sensus, dengan jumlah responden sebesar 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University. Hal ini dibuktikan oleh $F_{hitung} = 283,737 > F_{tabel} = 2,696$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Berdasarkan koefisien determinan didapat bahwa pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University secara simultan sebesar 85,1% sedangkan sisanya yaitu 14,9% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan dari penelitian ini, terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian, kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University.

Kata Kunci: Harga, kualitas produk, keputusan pembelian, Mahasiswa Telkom University.