

ABSTRAK

Di Indonesia menurunnya peminatan untuk pembelian laptop tergeser oleh smartphone, walaupun demikian, penjualan laptop masih banyak dilakukan di Indonesia. Pada tahun 2016, 2,2 juta laptop terjual di seluruh Indonesia, dimana ASUS menjadi yang paling banyak melakukan penjualan produk yaitu sebesar 47,07% dari total keseluruhan. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian pada laptop ASUS serta pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen laptop ASUS di Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif-kausalitas. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna laptop ASUS di Bandung yang tersebar dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling-incident sampling* dan sampel dari penelitian ini adalah 100 orang yang membeli dan menggunakan laptop ASUS di kota Bandung. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian secara keseluruhan menyimpulkan bahwa kualitas produk, harga dan keputusan pembelian pada laptop ASUS berada pada kategori baik. Secara uji parsial, kualitas produk dan harga diketahui berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara uji simultan, variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen laptop ASUS. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai 0,385 atau sebesar 38,5%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian