

ABSTRAK

Nama : Farhan Kandarifa
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 responden dan kemudian dianalisis. Pengumpulan data menggunakan kuisioner skala pengukuran likert. Metode analisis data yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, regresi linier berganda, uji t, uji f, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi dengan aplikasi SPSS 20. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Farhan Kandarifa
Study Program : Management
Title : The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Acer Laptop Decision on Students of The Faculty of Economics and Business Malikussaleh University

This study aims to analyze the influence of product quality, price, and promotion on the purchase decision of Acer laptops on students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The sampling technique used is nonprobability sampling technique with purposive sampling method. This study used a sample of 96 respondents and then analyzed. Data collection using a Likert scale questionnaire. The data analysis method used is validity and reliability test, heteroscedasticity, multicollinearity, multiple linear regression, t-test, f-test, correlation coefficient, and determination coefficient with SPSS 20 application. The results of the study that has been conducted indicate that product quality and promotion have a significant effect partially and simultaneously on purchasing decisions. While price does not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Purchasing Decisions