

Pengaruh Harga, Citra Merek, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Kota Semarang

AHMAD YUDA BUDIANTO

(Pembimbing : Mahmud, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102204@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel harga, citra merek, produk, dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian laptop Acer di kota Semarang. Data penelitian ini didapat dari hasil penyebaran kuisisioner dengan responden yang berjumlah 100 responden pengguna laptop acer di semarang. Data penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Model persamaan tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS for windows versi 1.6. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel harga yang paling berpengaruh signifikan dan berhubungan positif, dan diikuti oleh variabel citra merek yang berpengaruh signifikan dan berhubungan positif. Variabel produk berpengaruh signifikan dan berhubungan positif. Variabel promosi berpengaruh signifikan dan berhubungan positif. Secara bersama-sama variabel harga, citra merek, produk, dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian laptop Acer di kota Semarang.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.

The Effect of Price, Brand Image, Product, and Promotion on Purchasing Decision of Acer Laptop in Semarang

AHMAD YUDA BUDIANTO

(Lecturer : Mahmud, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201102204@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine how much the variable price, brand image, product, and promotion effect on purchasing decision of Acer laptop in Semarang. This research data obtained from the questionnaires with respondents totaling 100 respondents acer laptop users in Semarang. The data are analyzed using multiple linear regression analysis. The model equations are processed by using SPSS for Windows version 1.6. The results of this study show that the variable of price is the most significantly influence and positively related, and followed by brand image variables that significantly and positively related. Variable of products significantly influence and positively related. Promotion variables significantly influence and positively related. Furthermore, as simultaneously variable of price, brand image, product, and promotion have an influence on purchasing decision of Acer laptop in Semarang.

Keyword : Price, Brand Image, Product, Promotion, and Purchasing Decision.