

**ABSTRAK****PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAPTOP MEREK ASUS PADA MAHASISWA DI UNIVERSITAS GADJAH MADA YOGYAKARTA**

Studi Kasus pada Mahasiswa di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta

Andre Chrisdian  
Univeritas Sanata Dharma  
Yogyakarta, 2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pemilihan produk laptop merek ASUS kepada mahasiswa di Univeritas Gadjah Mada. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan *Accidental sampling* atau *convenience sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner atau angket. Uji validitas menggunakan teknik *Korelasi Product Moment* dan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: harga, kualitas produk, keputusan pembelian

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF ASUS BRAND LAPTOP PRODUCTS

A case Study on Students at Gadjah Mada University, Yogyakarta

Andre Chrisdian  
Univeritas Sanata Dharma  
Yogyakarta, 2019

The aim of this research is to determine whether there price and product quality influence the decision to choose ASUS brand laptop products. The population in this research are all students at Gadjah Mada University Yogyakarta, the sample includes 100 respondents. The sampling technique used is *accidental sampling* or *convenience sampling*. The technique of collecting data is a questionnaire. Validity test uses *Korelasi Product Moment* and Reliability Test uses *Cronbach Alpha* formula. The data analysis technique used to test the hypothesis is t test and F test. The results of this research indicate that price and product quality influence significantly purchasing decisions.

Keywords : price, product quality, purchase decision

