

## ABSTRAK

### **Muhammad Zharfan Umara : “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2016-2018)”**

Pada zaman modern dan perkembangan teknologi saat ini, perusahaan harus bisa membuat produk yang memiliki keunggulan yang berbeda dari produk lainnya. Begitupun dengan produk laptop, semakin banyak merek pada produk laptop yang beredar dipasaran, hal tersebut membuat konsumen harus lebih pintar dan cermat lagi dalam memutuskan pembelian produk laptop. Brand Laptop Asus telah melakukan berbagai strategi untuk dapat bersaing di pasaran, dari mulai strategi promosi hingga peningkatan kualitas produk dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan produknya di setiap iklan promosi yang disajikan untuk dapat menarik hati konsumen, strategi tersebut membuat Asus menjadi salah satu Brand terbaik berdasarkan *Top Brand Index*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian laptop Asus. Subjek penelitian diambil berdasarkan penarikan sampel secara acak dari populasi mahasiswa jurusan Manajemen UIN SGD Bandung angkatan 2016-2018 berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung dari variabel bebas dengan analisis regresi pada angka 46.574 dan nilai F tabel dengan  $df (n1) = 2$  dan  $df (n2) = 97$  adalah 3,09. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $46.574 > 3,09$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Asus.

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