

## ABSTRAK

**Fazrin Yusuf (1168020095) : “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Laptop Acer* ( Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”**

Penelitian ini dilatar belakangi, Laptop dianggap sebagai solusi yang tepat dalam membantu mempercepat penyelesaian pekerjaan pada berbagai bidang bisnis tanpa kecuali, termasuk tentunya di bidang jasa pendidikan. Karenanya, tidak mengherankan apabila mahasiswa menjadi salah satu segmen pasar yang dinilai sangat potensial bagi pangsa pasar. Salah satu merk laptop yang cukup populer di Indonesia adalah merk Acer yang di teliti oleh peneliti. Penulis menduga, bahwa terjadinya trend penurunan volume penjualan atau keputusan pembelian terhadap produk Acer selama 5 tahun terakhir yang diduga dipengaruhi oleh citra merk dan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. tehknik pengolahan data dilakukan dengan uji regresi linier berganda dan pengujian hipotesis yang meliputi Uji t, Uji f dan Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil analisis menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis menggunakan Uji t menunjukkan untuk variable citra merek di peroleh t hitung > t tabel (4,187 > 1,9847), dan untuk variabel kualitas produk diperoleh t hitung > t tabel (3,013 > 1,9847) dengan nilai signifikansi dari kedua variabel adalah 0,000 < 0,05. Dan dari hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F) menunjukkan nilai f hitung > f tabel (24,892 > 3,09) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dari perhitungan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) diperoleh dengan hasil 0,339 atau 33,9%. Sedangkan sisanya 66,1% dipengaruhi factor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata kunci : *Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian***