

ABSTRAK

Wavira Eisya Nabila, NPM : 71200312047., Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UISU Prodi Manajemen Stambuk 2020), di bimbing oleh : Dr.Tengku Ahmad Helmi.,S.E.,M.Si Sebagai Pembimbing I dan Julkarnain., S.Ag.S.E.,M.M Sebagai Pembimbing II

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UISU Prodi Manajemen Stambuk 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UISU Prodi Manajemen Stambuk 2020). Populasi penelitian ini sebanyak 160 mahasiswa FEB UISU Prodi Manajemen dengan menggunakan rumus pengambilan sampel Slovin diperoleh ukuran sampel sebesar 62 sampel dan dialokasikan ke masing-masing strata dengan menggunakan rumus *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Proses perhitungan data menggunakan program SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa FEB UISU Prodi Manajemen Stambuk 2020. Harga berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa FEB UISU Prodi Manajemen Stambuk 2020. *Brand Image* dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa FEB UISU Prodi Manajemen Stambuk 2020.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Wavira Eisyah Nabila, NPM: 71200312047., The Effect of Brand Image and Price on Purchasing Decisions for Asus Laptops (Case Study of FEB UISU Management Study Program Students Stambuk 2020), supervised by: Dr.Tengku Ahmad Helmi, S.E., M.Si as Supervisor I and Julkarnain, S.Ag.S.E., M.M as Supervisor II.

The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of Brand Image and Price on Purchasing Decisions for Asus Laptops (Case Study of FEB UISU Management Study Program Students Stambuk 2020). This study aims to determine the effect of Brand Image and Price on Asus Laptops Purchasing Decisions (Case Study of FEB UISU Management Study Program Students Stambuk 2020). The population of this study were 160 FEB UISU Management Study Program students using the Slovin sampling formula obtained a sample size of 62 samples and allocated to each stratum using the simple random sampling formula. Data collection techniques in this study using questionnaires and literature studies. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The data calculation process uses the SPSS 20 programme.

The results of this study indicate that Brand Image has a significant effect on Purchasing Decisions for Asus Laptops for FEB UISU Management Study Program Students Stambuk 2020. Price has a significant effect on purchasing decisions for Asus laptops for FEB UISU students in the 2020 Stambuk Management Study Program. Brand Image and Price simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions for Asus Laptops for FEB UISU Students in Management Study Program Stambuk 2020.

Keywords: Brand Image, Price and Purchase Decision