

ABSTRAK

Suyanto, 2017; Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Asus. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen Alih Program, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Mengetahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Asus. (2) Mengetahui bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Asus. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Asus dengan kriteria usia minimal 18 tahun dan berdomisili di kota Bogor Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda, dan alat analisis data menggunakan program SPSS versi 23. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil dari uji yang dilakukan memiliki t_{hitung} sebesar 10,250 dengan signifikansi 0,000. (2) Persepsi Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil dari uji yang dilakukan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,509 dengan signifikansi 0,000.

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Suyanto, 2017; *The Influence of Product Quality And Price Perception Towards Purchase Decision Of Asus Smartphone*. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Over the Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

The purposes of this research are: (1) To notice the effect of product quality on purchase decision of Asus smartphone. (2) To notice the effect of price perception on purchase decision of Asus smartphone. The samples of this research are Asus smartphone users within 18 years old and are from Bogor. The number of samples in this research are 100 respondents. This research uses quantitative method with multiple regression analysis technique, and a data analysis tool uses SPSS version 23. The results of examining hypothesis shows: (1) Product Quality has a positive and significant influence towards Purchase Decision with significant value 0,0000 and $t_{value} 10,250$. (2) Price Perception has a positive and significant influence towards Purchase Decision with significant value 0,0000 and $t_{value} 6,509$.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Purchase Decision.