

ABSTRAKSI

Fannie Budiarti, Nomor Mahasiswa 152110090, Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian Pengaruh Desain Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop/Notebook Acer (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2011-2015). Dosen pembimbing I Humam Santoso Utomo, S.Sos., MAB. Dosen pembimbing II Dr. Adi Soeprapto, S.Sos., M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan desain produk, citra merek dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian dan mengetahui pengaruh yang signifikan desain produk, citra merek dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yang langsung memberikan kuesioner kepada mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2011-2015 yang pernah membeli dan menggunakan laptop/notebook merek Acer serta membeli berdasarkan keputusan pribadi. Teknik pengambilan sampel adalah Roscoe dengan jumlah sampel 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu ada pengaruh yang positif dan signifikan desain produk (X_1), citra merek (X_2) dan Harga (X_3) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung 19,871 lebih besar dari F tabel 2,87 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ada pengaruh yang signifikan desain produk (X_1), citra merek (X_2) dan Harga (X_3) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t bahwa: (1) variabel desain produk (X_1) nilai coefficient regresi 0,456, nilai t_{hitung} 3,187 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. (2) variabel citra merek (X_2) dengan nilai coefficient regresi 0,272, nilai t_{hitung} 2,223 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dan nilai signifikansi $0,033 < 0,05$. (3) variabel harga (X_3) dengan nilai coefficient regresi 0,339, nilai t_{hitung} 2,127 lebih besar dari t_{tabel} 2,026 dan nilai signifikansi $0,40 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Nilai koefisien determinan (R^2) adalah 0,623 (62,3%). Artinya variabel desain produk (X_1), citra merek (X_2) dan harga (X_3) memberikan kontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar (62,3%) sedangkan variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini sebesar (37,7%). Variabel yang paling dominan adalah variabel desain produk karena memiliki nilai hasil uji regrasi linier berganda yang paling besar. Nilai hasil uji tersebut antara lain, koefisien regrasi dengan hasil 0,414.

Kata kunci: desain produk, citra merek, harga, keputusan pembelian.