

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis industri laptop dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi yakni dengan menciptakan dan mendorong inovasi produk sesuai kebutuhan masyarakat dan perkembangan pasar saat ini. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *citra merek dan kualitas produk* terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini mengacu pada masyarakat di kota Semarang yang membeli dan memakai produk laptop merek Acer.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 96 orang responden yang membeli dan menggunakan laptop Acer di Kota Semarang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode kuesioner ini digunakan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Hasil analisis menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hal ini berarti citra merek merupakan faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk laptop, karena Acer memiliki citra merek yang baik. Sedangkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian berarti kualitas produk dapat mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian karena Acer memiliki kualitas produk yang baik.

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