

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK LAPTOP ASUS DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *LAPTOP* ASUS DI GRIYA COM BANDAR LAMPUNG

Oleh
Aidilla Dasifa

Salah satu toko yang menjual *laptop* di Bandar Lampung adalah Griya Com. CV. Griya.Com Mandiri berdiri pada tahun 2000, mulanya perseroan ini hanya usaha yang berbentuk badan usaha perseorangan. Pada Tanggal 2 Juni 2005, didirikan Perseroan Komanditer bernama CV. Griya.Com Mandiri. Jumlah penjualan *laptop* di Griya Com setiap bulannya cenderung fluktuatif. Penurunan terbanyak terjadi pada penjualan bulan Februari ke bulan Maret, terjadi penurunan sebanyak 46 unit. Jika dirata-rata jumlah penjualan perbulan sebanyak 247 unit dalam satu bulan dan penjualan ini masih dibawah target Griya Com yaitu 360 unit komputer perbulan. Jika dilihat dari tidak tercapainya target diduga konsumen melihat citra merek dan gaya hidup dalam merencanakan pembelian *laptop*. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh citra merek laptop Asus dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian laptop Asus di Griya Com Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner kepada 96 orang responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian bahwa ada pengaruh positif citra merek Laptop Asus dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian Griya Com Bandar Lampung, yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak, dimana semakin baik citra merek Laptop Asus dan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian laptop di Griya Com Bandar Lampung.

Kata Kunci: Citra Merek, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, *Laptop*.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ASUS LAPTOP BRAND IMAGE AND LIFESTYLE ON LAPTOP AT GRIYA COM BANDAR LAMPUNG

By

Aidilla Dasifa

One of the shops that sell laptops in Bandar Lampung is Griya Com. CV. Griya.Com Mandiri was established in 2000, initially this company was only a business in the form of an individual business entity. On June 2, 2005, a Limited Liability Company named CV. Griya.Com Mandiri was established. sales laptop at Griya Com every month tends to fluctuate. The biggest decline occurred in sales from February to March, a decrease of 46 units. If the average number of sales per month is 247 units in one month and this sales is still below Griya Com's target of 360 computers per month. If it is seen from the non-achievement of the target, it is suspected that consumers see the brand image and lifestyle in planning the purchase of a laptop. The purpose of the study was to determine the effect of Asus Laptop brand image and lifestyle on laptop at Griya Com Bandar Lampung. The research method used is quantitative. Collecting data using a questionnaire to 96 respondents. Based on the results of the study that there is a positive influence of the Asus Laptop brand image and lifestyle simultaneously on the purchasing decision of Griya Com Bandar Lampung, which means H_a is accepted and H_0 is rejected, where the better Asus Laptop brand image and lifestyle will increase laptop purchasing decisions at Griya Com Bandar Lampung.

Keywords: Brand Image, Lifestyle, Purchase Decision, Laptop