

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop ASUS (studi kasus pada pengguna laptop ASUS di jombang) dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian laptop ASUS (studi kasus pada pengguna laptop ASUS di jombang).

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Kuesioner ditunjukkan kepada pengguna laptop ASUS. Jumlah populasi sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden pengguna laptop ASUS di jombang. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) melalui software SEM-PLS dengan WrapPLS 5.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Produk, Citra merek, keputusan pembelian