

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra negara asal, pengetahuan produk, dan keterlibatan produk terhadap keputusan pembelian Laptop Asus di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel yang diperoleh sebanyak 130 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dan menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji t, uji F, serta koefisien determinasi, dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa: (1) Citra negara asal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Laptop Asus, (2) Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Laptop Asus. (3) Keterlibatan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Laptop Asus.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Citra Negara Asal, Pengetahuan Produk, Keterlibatan Produk

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Country Of Origin Image, Product Knowledge, Product Involvement toward purchase decisions of Asus Laptops on Yogyakarta. In this study the sample obtained as many as 130 respondents selected by using purposive sampling method with data collection techniques using questionnaires. The analysis tool used is Multiple Regression and use validity test, reliability test, t test, F test, and determination using SPSS 25.0 application.

Based on the analysis that has been done: (1) Country of origin image has a positive and insignificantly effect towards to purchase decision of Asus Laptops. (2) Product knowledge has a positive and significant effect on purchase decision of Asus Laptops. (3) Product involvement has a positive and significant effect on purchase decision of Asus Laptops.

Keywords: *Purchase Decision, Country of Origin Image, Product Knowledge, Product Involvement*