

ABSTRAK

Sekarang ini banyak orang yang belum mengetahui apa itu prosesor Intel maka dari itu peneliti ingin meneliti prosesor dikarenakan prosesor intel selain produknya kuat prosesor Intel merupakan produk yang paling di pakai untuk bermain game berbeda dengan prosesor lainnya yang hanya menawarkan harga murah akan tetapi kualitasnya tidak terjamin sama sekali. Prosesor Intel sudah digunakan oleh semua orang di dunia sejak tahun 1992. Prosesor Intel merupakan produk unggulan karena dipakai oleh berbagai aspek mulai dari bermain game hingga melakukan sebuah pekerjaan. Selama beberapa dekade, Intel mendominasi pasar mikroprosesor komputer. Kesuksesan Intel ini merupakan hasil dari perencanaan strategis yang kuat dengan menerapkan konsep pemasaran yaitu memberikan nilai (value) yang terbaik dan kepuasan (satisfaction) konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bukti bahwa model pada penelitian ini fit (baik). Dilihat dari nilai probabilitas signifikansi 0,000 kurang dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis 1 mengatakan bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan dari hasil uji probabilitas signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti dengan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli prosesor Intel.

Hipotesis 2 mengatakan bahwa ada pengaruh antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan dari hasil uji probabilitas tidak signifikansi yang diperoleh sebesar $0,379 < 0,05$ yang berarti harga tidak mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian prosesor Intel.

Dari ketiga variabel tersebut maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh paling dominan sebesar 0.372 atau 37.2% di banding variabel, harga dan promosi.