

# **PENGARUH INOVASI DESAIN, KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS DI KABUPATEN KARANGASEM**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) Inovasi desain (2) kualitas produk (3) strategi promosi melalui media sosial (4) terhadap keputusan pembelian laptop merek asus di kabupaten karangasem. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Objek dalam penelitian ini adalah inovasi desain, kualitas produk, strategi promosi melalui media sosial. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah pengguna produk laptop merek asus.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli produk laptop merek asus di kabupaten karangasem. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) inovasi desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) strategi promosi melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (4) inovasi desain, kualitas produk dan strategi promosi melalui media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk laptop merek asus di kabupaten karangasem.

**Kata kunci:** inovasi desain, kualitas produk, promosi melalui media sosial, keputusan pembelian

UNMAS DENPASAR