

KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO

(Studi Kasus Pada Toko Sentral Komputer Mall Artha Gading)

SKRIPSI

TIFANY EVALIYAN PUTRI

2114600140



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO (STUDI KASUS PADA TOKO SENTRAL KOMPUTER MALL ARTHA GADING)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagimana mestinya.

Jakarta, 8 Maret 2019



TIFANY EVELIYAN PUTRI

NPK 2114600140

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

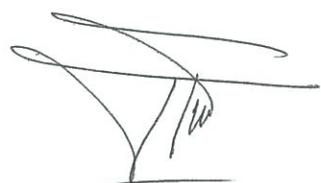
KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO (STUDI KASUS PADA TOKO SENTRAL KOMPUTER MALL ARTHA GADING)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Asep Saefurahman, SE, MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 8 Maret 2019

Menyetujui

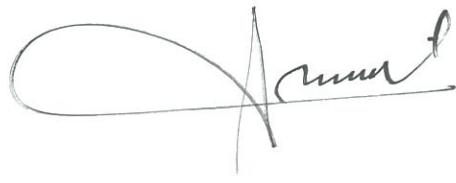
Pembimbing,



Asep Saefurahman, SE, MM

Mengetahui

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO (STUDI KASUS PADA TOKO SENTRAL KOMPUTER MALL ARTHA GADING)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 8 Maret 2019 dengan nilai A.

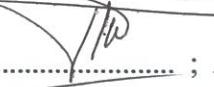
Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc

(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  ; Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc

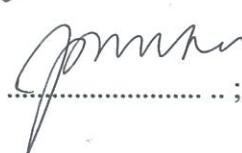
(Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen)

3.  ; Asep Saefurahman, SE, MM

(Pembimbing)

3.  ; Drs. Yusuf Suhardi. MSi, MM

(Anggota Pengaji)

4.  ; Pristina Hermastuti, SE, MBA

(Anggota Pengaji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjangkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Serjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Asep Saefurahman, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs, Yusuf Suhardi, MSi, MM Dan Ibu Pristina Hermastuti, SE, MBA Selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak Toko Sentral Komputer yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, terutama mama ini kado ulang tahun untuk mama terimakasih selalu mendoakan dan memberikan semangat tiada henti, untuk papa terimakasih sudah

mendukung dan mendoakan dan untuk alm adik saya Ricky Ferdiansyah. Tidak lupa kepada saudara-saudara saya mama Lina, Wawan, Firman, Boim, Dinda, Zahra yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang membangkitkan saya untuk terus berjuang.

8. Untuk sahabatku Mega Ambarwaningtyas, Mumun Munawaroh, Ade Siti Fauziah, Citra Puspita, Syafira, Firma Nurawalia, Silvi, Siti Halimah, Yonanda Wijaya, Egi Syahputra, Nur Fadillah, Anis Silvianti, Rizka Nur Isnaini, Putri Bellani, Firman Benny terima kasih untuk dukungan, saran, dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Untuk temen seperjuangan grup “Pejuang Skripsi” Mega, Riska Majid, Ardyos, Amirul, Gabriel terima kasih atas dukungan, saran, dan selalu memberi semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman STEI program Strata-1 Manajemen angkatan 2014 terima kasih untuk momen kebersamaan terbaik selama di STEI.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 8 Maret 2019

TIFANY EVALIYAN PUTRI

NPK 2114600140

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitis akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : TIFANY EVALIYAN PUTRI
NPM : 2114600140
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
Jenis Karya : SKRIPSI

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO (STUDI KASUS PADA TOKO SENTRAL KOMPUTER MALL ARTHA GADING)

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 Maret 2019

Yang menyatakan

TIFANY EVALIYAN PUTRI

Tifany Evaliyan Putri
2114600140
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Asep Saefurahman, SE, ME

KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LRNOVO (STUDI KASUS PADA TOKO SENTRAL KOMPUTER MALL ARTHA GADING)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen Toko Sentral Komputer yang membeli produk Lenovo. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* menggunakan rumus *Moe*. Metode analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, uji t, uji F, dan uji hipotesis menggunakan SPSS 22.00

Hasil pada penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 57,15% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain (diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini). Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 32,14%, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 54,02% dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 30,03%. Pada penelitian ini variabel citra merek memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

Tifany Evaliyan Putri
2114600140
Program Studi S-1 Manajemen

Advisory Lecturer:
Asep Saefurahman, SE, ME

PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, PRICE, AND LENOVO LAPTOP PURCHASE DECISION (CASE STUDY IN ARTHA GADING CENTRAL COMPUTER MALL STORE)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, brand image and price on purchasing decisions.

The population in this study were all consumers of the Central Computer Store who bought Lenovo products. The method in this study uses quantitative analysis. Data collection uses a questionnaire of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling using the Moe formula. Data analysis method uses validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, t test, F test, and hypothesis testing using SPSS 22.00

The results of this study are product quality, brand image, and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions of 57.15% and the rest are influenced by other variables (excluding the variables studied in this study). Partially the product quality has a positive and not significant effect on purchasing decisions of 32.14%, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions of 54.02% and the price has a positive and significant effect on purchasing decisions of 30.03%. In this study the brand image variable has the most dominant influence on the Lenovo Laptop purchasing decision.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price, Purchasing Decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	11

2.2.2. Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.2.3. Pengertian Kualitas	13
2.2.4. Pengertian Produk.....	13

Halaman

2.2.5. Pengertian Kualitas Produk	14
2.2.6. Indikator Kualitas Produk	14
2.2.7. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas	16
2.2.8. Pengertian Citra Merek	17
2.2.9. Pengertian Harga	20
2.2.10. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	21
2.2.11. Indikator Harga	22
2.2.12. Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.2.13. Proses Keputusan Pembelian	27
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	30
2.4. Pengembangan Hipotesis	31
2.5. Kerangka Konseptual.....	32

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi dan Metode Penelitian.....	33
3.2. Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1. Populasi penelitian.....	33
3.2.2. Sampel penelitian.....	34
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4. Operasional Variabel.....	35
3.5. Metode Analisis Data.....	41
3.5.1. Pengolahan Data.....	41
3.5.2. Penyajian Data.....	41
3.5.3. Analisis Statistik Data.....	41

3.5.4. Uji Asumsi Klasik	43
3.5.5. Analisa Regresi Linier Berganda.....	44
3.5.6. Analisa Koefisien Determinasi	44
Halaman	
3.5.7. Pengujian Hipotesis	46
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 49
4.1. Deskripsi Perusahaan	49
4.2. Deskripsi Responden.....	50
4.3. Deskripsi Data.....	51
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	54
4.4.1. Uji Validitas.....	54
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	56
4.5. Analisis Statistik Data.....	59
4.5.1. Uji Asumsi Klasik	59
4.5.2. Regresi Linier Berganda	60
4.5.3. Analisis Koefisien Determinasi	62
4.5.4. Pengujian Hipotesis	65
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	68
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 70
5.1. Simpulan	70
5.2. Saran.....	71
5.3. Keterbatasan penelitian dan pengembangan penelitian.....	71
DAFTAR REFERENSI.....	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Laptop Lenovo Periode 2012-2018.....	2
Tabel 3.1. Alternatif Jawaban dengan Skala Likert.....	36
Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian.....	37
Tabel 4.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2. Data Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3. Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4. Validitas Instrumen per butir Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.5. Validitas Instrumen per butir Citra Merek.....	55
Tabel 4.6. Validitas Instrumen per butir Harga.....	55
Tabel 4.7. Validitas Instrumen per butir Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4.8. Nilai Reliabilitas Kualitas Produk	57
Tabel 4.9. Nilai Reliabilitas Citra Merek	57
Tabel 4.10. Nilai Reliabilitas Harga	57
Tabel 4.11. Nilai Reliabilitas Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	58
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Multikolonieritas.....	60
Tabel 4.14. Hasil Pengujian Regresi.....	61
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi Parsial Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	62
Tabel 4.16. Koefisien Determinasi Parsial Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.17. Koefisien Determinasi Parsial Harga dengan	

Keputusan Pembelian	64
---------------------------	----

Halaman

Tabel 4.18. Koefisien Determinasi Secara Simultan.....	64
Tabel 4.19. Nilai Hipotesis Secara Parsial.....	65
Tabel 4.20. Hasil Hipotesis Secara Parsial.....	67
Tabel 4.21. Nilai Hipotesis Secara Simultan.....	67
Tabel 4.22. Hasil Hipotesis Secara Simultan.....	68

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1. Daftar Merek Laptop yang Paling Laris Di Indonesia 2018.....	4
Gambar 2.1. Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	27
Gambar 2.2. Tahap-Tahap di Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	29
Gambar 2.3. Kerangka Koseptual	32
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk	52
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek	53
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Harga	53
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Gambar 4.5. Diagram Normal P-P Plot of Regression Standardised Residual.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	76
Lampiran 2. Skor Variabel Kualitas Produk X ₁	82
Lampiran 3. Skor Variabel Citra Merek X ₂	85
Lampiran 4. Skor Variabel Harga X ₃	88
Lampiran 5. Skor Variabel Keputusan Pembelian.....	91
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	94
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	96
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	97
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	98
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	99
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	99
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Harga	99
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	99
Lampiran 14. Hasil Uji Normalitas	100
Lampiran 15. Hasil Uji Multikolonieritas	100
Lampiran 16. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	101
Lampiran 17. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial.....	101
Lampiran 18. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan.....	102
Lampiran 19. Hasil Uji Hipotesis	102
Lampiran 19. Distribusi Nilai _{tabel} Signifikansi 5% dan 1%.....	103
Lampiran 20. Surat Keterangan Riset.....	104
Lampiran 21. Daftar Riwayat Hidup.....	105