

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS LAPTOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Laptop Asus di Jakarta Barat)

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS LAPTOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Laptop Asus di Jakarta Barat)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Maulidha NuryulianTari

NIM : 43116010182

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2021

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulidha NuryulianTari

NIM : 431160101182

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan proposal ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 Maret 2021



Maulidha NuryulianTari

NIM: 43116010182

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Maulidha NuryulianTari
NIM : 43116010182
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Laptop Terhadap Keputusan Pembelian Di Wilayah Jakarta Barat (Studi Kasus Wilayah Jakarta Barat)

Tanggal Lulus Ujian : 04 Maret 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Yuli Harwani, MM
Tanggal : 04 Maret 2021



Dr.H. Sonny Indrajaya. Ir. MM
Tanggal : 04 Maret 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.
Tanggal : 07 Maret 2021



Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal : 07 Maret 2021

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Laptop Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Jakarta Barat”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Yuli Harwani, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Dr. Yuli Harwani, MM., selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan saran, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasihat-nasihat beserta motivasi yang sangat bermanfaat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun.
5. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Masrukhan dan Ibu Dariyem serta Kakak Masyudi Nugroho motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teman seperjuangan yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 02 Juli 2019

Maulidha NuryulianTari



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	8
A. Kajian Pustaka	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Keputusan Pembelian	10
3. Harga (<i>Price</i>)	15
4. Citra Merek	18
5. Kualitas Produk	21
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Rerangka Konseptual	27
D. Pengembangan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tepat Penelitian	33
B. Desain Penelitian	33
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	34
1. Definisi Variabel	34

2. Definisi Operasionalisasi Variabel	36
D. Skala Pengukuran Variabel	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi Penelitian	38
2. Sampel Penelitian	39
F. Metode Pengumpulan Data	39
G. Metode Analisis Data	40
1. Analisis <i>Partial Least Square</i>	40
2. Langkah-langkah Pengujian Analisis PLS	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
B. Statistik Deskriptif	46
C. Deskripsi Variabel	49
D. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	52
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas	60
E. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	65
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	65
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Laptop di Indonesia Tahun 2016-2018	3
1.2	Pra <i>Survey</i>	5
2.1	Penelitian Terdahulu	26
3.1	Operasionalisasi Variabel	36
3.2	Instrumen Skala Likert	38
4.1	Jenis Kelamin Responden	46
4.2	Usia Responden	47
4.3	Pekerjaan Responden	48
4.4	Tingkat Pendidikan	48
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	49
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	50
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	51
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	51
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi)	54
4.10	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	55
4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi)	56
4.12	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> (Modifikasi)	57
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	58
4.14	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> (Modifikasi)	60
4.15	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i>	60
4.16	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	61
4.17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square (R²)</i>	62
4.18	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Proses Keputusan Pembelian	10
2.2	Model Kerangka Konseptual Penelitian	28
4.1	Hasil Algoritma PLS	54
4.2	Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi)	56
4.3	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner	73
2.	Hasil Kuisisioner	77
3.	Hasil <i>Output</i> SPSS 23	81
4.	Hasil <i>Output</i> PLS	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA