

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP
(Studi Kasus pada Konsumen Toko Enterkomputer)**

SKRIPSI



Nama : Riszi Andrianto

NIM : 43119010169

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP
(Studi Kasus pada Konsumen Toko Enterkomputer)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Riszi Andrianto

NIM : 43119010169

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riszi Andrianto

NIM : 43119010169

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Januari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Riszi Andrianto

NIM: 43119010169

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Riszi Andrianto
NIM : 43119010169
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek HP (Studi Kasus pada Konsumen toko Enterkomputer)
Tanggal Sidang : 10/05/2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hery Derajad Wijaya, S.Kom., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 05232412



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek HP (Studi Kasus pada Konsumen Toko Enterkomputer)”**. Proposal skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Penulis banyak menemui tantangan dalam penyusunan skripsi ini, dan penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu selama masa percobaan ini. Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Hery Derajad Wijaya S. Kom, MM, selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana,
2. Dr. Nurul Hidayah M.Si., AK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana,
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana,
4. Bapak Hery Derajad Wijaya S. Kom, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pencerahan, dan nasehat-nasehat yang telah sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini,
5. Ibu Dr. Catur Widayati, SE., MM., selaku dosen Tugas Akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pencerahan, dan nasehat-nasehat yang telah sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini,
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya,

7. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah,
8. Untuk seluruh Teman-teman Universitas Mercu Buana, dan grup keluarga besar H. Murtad, yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Semoga kita dapat menemukan apa yang kita cari dan menggapai apa yang kita dambakan,
9. Teristimewa, kepada kedua Orang Tua saya tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do'a dan motivasi selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena pengetahuan dan pengalaman penulis yang amat sangat masih terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta kritikan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangan positif bagi dunia akademis serta masyarakat.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Januari 2023



Rizzi Andrianto

NIM: 43119010169

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penilaian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran	12
2. Citra Merek.....	13
3. Kualitas Produk	15
4. Pemasaran Digital.....	17
5. Keputusan Pembelian	18
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Pengembangan Hipotesis	25
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	25
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	25
3. Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian	26
D. Kerangka Konseptual.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Waktu dan Tempat Penelitian	28
B. Desain Penelitian.....	28
C. Definisi dan Operasional Variable	29
1. Definisi Variabel.....	29
2. Operasional Variabel	30
D. Skala Pengukuran Variabel	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian	34
1. Populasi Penelitian	34
2. Sampel Penelitian	34
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Metode Analisis Data	36
1. Analisis Deskriptif.....	36
2. Analisis Partial Least Square.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Analisis Deskriptif	42
a). Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
b). Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	43
c). Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
d). Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili	45
a). Deskriptif Variabel Citra Merek.....	46
b). Deskriptif Variabel Kualitas Produk	47
c). Deskriptif Variabel Pemasaran Digital	48
d). Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	49
B. Metode Analisis Data.....	50
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> Model	50
2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>) dan Uji Hipotesis	59
C. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	64
2. Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	65
3. Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Market Share Tahun 2019-2020	4
Tabel 1.2 Tabel <i>Top Brand Index</i> Laptop/ Netbook/ Notebook	4
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survei.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasional Konsep Variabel.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 4.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili	45
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek.....	46
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	47
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Pemasaran Digital.....	48
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	52
Tabel 4.10 Hasil <i>Uji Discriminant Validity (Formell Lacker Critetion)</i>	54
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracterd (AVE)</i>	55
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	56
Tabel 4.13 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 4.15 Nilai Variabel Endogen (<i>R-square</i>).....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Blindfolding</i> pada PLS-SEM.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Model Fit.....	61
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perangkat TIK yang Sering Digunakan	2
Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial di Indonesia	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Hasil Alogaritma PLS	51
Gambar 4.2 Hasil Output Diagram Setelah Eliminasi.....	53
Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner pra-Survey.....	76
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	77
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Penelitian	82
Lampiran 4 Deskriptif Responden.....	106
Lampiran 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel	107
Lampiran 6 Hasil Uji Partial Least Square	110
Lampiran 7 Hasil Uji Reabilitas	114

