

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP ASUS**

SKRIPSI



Nama : Yordan Musa

NIM : 43117110460

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yordan Musa

NIM : 43117110460

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 November 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Yordan Musa

NIM: 43117110460

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yordan Musa
NIM : 43117110460
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas
Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS
Tanggal Sidang : 23 Oktober 2021

Mengesahkan
Pembimbing



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

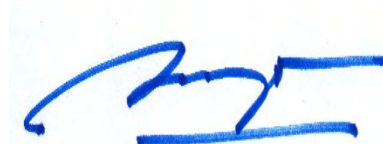
(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si.)

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
S-1 Manajemen



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si.,
MM)



(Dr. H. Sonny Indrajaya,

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayan Terhadap terhadap Keputusan Pembelian pada Laptop ASUS. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Laptop ASUS. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Laptop ASUS



ABSTRACT

The research aims to identify the influence of Product Quality, Price Perception and Service Quality on Purchase Decision of ASUS Laptop. The subjects in this study were consumer who purchased ASUS Laptop. The sample used in this study was 140 respondents. The sampling technique using a purposive sampling. By using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of PLS. The results of this study showed Product Quality has a positive and significant effect on the Purchase Decision. Price Perception has a positive and significant effect on the Purchase Decision and Service Quality has a positive and significant effect on the Purchase Decision.

Keyword: Product Quality, Price Perception, Service Quality, Purchase Decision, ASUS Laptop



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS”**.

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 Dr. Ibu Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana serta sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penyusunan Skripsi sampai dengan selesai.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa SE, MM selaku Sekretaris I Program Studi Manajemen S1.
5. Bapak Eko Tama Putra Saratian SE, MM selaku Ketua Dosen Penguji ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi.
6. Ibu Febrina Mahliza SE, M.Si selaku Dosen Penguji ujian akhir skripsi yang telah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
8. 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.
9. Asisten Dosen Farley Dharmawan, seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana dan pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

10. Mama yang selalu mendukung, memotivasi dan mendoakan.

11. Terkasih yang mendukung dan mendoakan.

12. Teman, Kawan dan Sahabat yang mendukung dan membantu penelitian.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 11 November 2021



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yordan Musa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Perilaku Konsumen.....	9
2. Keputusan Pembelian.....	16
3. Kualitas Produk.....	23
4. Persepsi Harga.....	26
5. Kualitas Pelayanan.....	28
6. Penelitian Terdahulu.....	30
7. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	35
B. Rerangka Konseptual.....	38
C. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	41
1. Definisi Variabel.....	41

2. Operasionalisasi Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran Variabel.....	48
E. Populasi dan Sampel.....	49
1. Populasi Penelitian.....	49
2. Sampel Penelitian.....	50
F. Metode Pengumpulan Data.....	51
G. Metode Analisis Data.....	52
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Uji Instrumen.....	53
3. Partial Least Square (PLS).....	54
4. Langkah – langkah pengujian Analisis PLS.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Analisis Statistik Deskriptif.....	59
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
D. Analisis Data.....	67
1. Component Based Structural Modelling.....	67
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	68
3. Pengujian Model Struktur/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	74
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
1. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	80
2. Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	81
3. Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Brand Paling Dicari di Masa Pandemi.....	2
1.2	Perbandingan Market Share Kuartal II antara 2019 dengan 2020.....	3
1.3	Data Hasil Pra-Survei.....	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	32
3.1	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	46
3.2	Instrumen Skala Likert.....	50
4.1	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2	Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.3	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.4	Persebaran Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	62
4.5	Persebaran Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	62
4.6	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	63
4.7	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	64
4.8	Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	66
4.9	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	67
4.10	Hasil Nilai Loading Factor.....	70
4.11	Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	71
4.12	Uji Fornell Lacker Criterion.....	71
4.13	Hasil Nilai Cross Loading.....	72
4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	73
4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74
4.16	Hasil Uji Nilai Predictive Relevance (Q^2).....	75
4.17	Hasil Uji f Square.....	76
4.18	Hasil Uji Evaluasi Model Fit.....	76
4.19	Hasil Uji Signifikansi Antar Variabel.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	38
4.1	Hasil Output Diagram Jalur.....	69
4.2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner.....	92
2	Data Input Penelitian.....	96
3	Uji Instrumen.....	112



UNIVERSITAS
MERCU BUANA