

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP
ACER DI SOLORAYA**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Memperoleh Drajat Sarjana Manajemen Progam Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta**

Disusun Oleh:

Michael Gusna Pratama

20110060

**PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

TAHUN 2024

HALAMAN PENGESAHAN

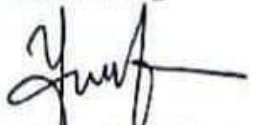
Nama : Michael Gusna Pratama
NIM : 20110060
Program Studi : SI Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya

Disetujui dan disahkan :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing



Putri Maisara, S.E., M.B.A.

NIDN.0631079301



Mengetahui,

Wakil Ketua 1 STIE Surakarta


Aditya Lilijan, S.M.B., M.M

NIDN : 0606118902

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Michael Gusna Pratama
NIM : 20110060
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Hari : Jum'at
Tanggal : 2 Februari 2024

Tanda Tangan

Tim Penguji

Ketua : Heny Kurnianingsih, S.E., M.M. ()
Anggota : Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.BA. ()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istivanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

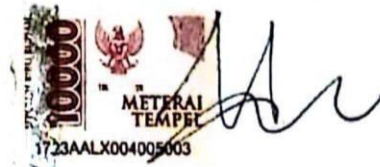
Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Laptop Acer di Soloraya**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 17 Januari 2024

Yang memberi pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a red revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '1723AALX004005003'.

Michael Gusna Pratama

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada padaKu mengenai kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan." **Yeremia 29:11**

Jawab Yesus kepadanya: "Apa yang Kuperbuat, engkau tidak tahu sekarang, tetapi engkau akan mengertinya kelak." **Yohanes 13:7**

Semua impian kita bisa menjadi kenyataan, jika kita memiliki keberanian untuk mengejanya." **Walt Disney**

Persembahan

Puji syukur terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya. Karya ini dipersembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu atas doa, kesabaran dan pengorbanan dalam mendidik, memberikan semangat dan kasih sayang.
2. Keluarga dan Orang disekitar saya yang selalu memberi motivasi dan mendoakan.
3. Almamater Tercinta STIE Surakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya”.

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Wakil Ketua 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Muhammad Aditya Yulianto, S.E., M.M. , selaku Kepala Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
4. Ibu Putri Maisara, S.E., M.B.A., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukannya.
5. Bapak dan Ibu dosen atau karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Bapak, Ibu, Kakak, dan Adek yang selalu menyayangi penulis, memotivasi penulis dan membimbing penulis disetiap waktu
7. Semua orang yang telah terlibat dan membantu secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Surakarta, 15 Januari 2024

Penulis

Michael Gusna Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teori Yang Relevan.....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Kerangka Berpikir	12
D. Hipotesis.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Objek Penelitian	15

B. Jenis dan Sumber Data	15
C. Populasi dan Sampel	15
D. Teknik Pengumpulan Data	16
E. Definisi Operasional.....	16
F. Teknik Analisis Data	19
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	23
B. Analisis Data	25
C. Pembahasan	31
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	33
B. Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peringkat Laptop di Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	17
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	23
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	24
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili	24
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	25
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas <i>One-Kolmogorov Smirnov</i>	27
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	27
Tabel 4.8 Hasil Uji Hasil Regresi Linier Berganda.....	29
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	30
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Laptop di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	12
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	28

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Ukuran sampel yang ditetapkan menggunakan metode *Non Probability Sampling* sebanyak 116 responden dengan menggunakan pendekatan *Simple Random Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS *Statistic for Windows* versi 23.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya, Citra Merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya dan Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop di Soloraya .

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

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product quality, brand image and price on purchasing decisions for Acer laptops in Soloraya. The type of research used is quantitative research. The sample size determined using the Non Probability Sampling method was 116 respondents using the Simple Random Sampling approach. Data analysis techniques used include data instrument tests (validity test and reliability test), classic assumption tests (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (t test and coefficient of determination). Data processing in this research uses the SPSS Statistics for Windows version 23 tool.

The results of this research state that product quality has a positive and significant effect on the decision to purchase an Acer laptop in Soloraya, brand image has a positive and insignificant effect on the decision to purchase an Acer laptop in Soloraya and price has a positive and insignificant effect on the decision to purchase a laptop in Soloraya.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk-produk yang bermanfaat untuk membantu menyelesaikan tugas muncul bersamaan dengan kemajuan teknologi komunikasi. Pada dasarnya pertumbuhan penduduk saat ini sangat berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi, sehingga generasi sekarang lebih banyak menggunakan teknologi dalam memperoleh suatu informasi. Hampir setiap hari kegiatan masyarakat tidak luput dari penggunaan teknologi yang memudahkan setiap orang untuk berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertemu secara langsung. Kemudahan dalam teknologi inilah menjadi penyebab munculnya produk-produk yang semakin canggih. Beberapa produk digunakan untuk media hiburan dan juga media interaksi. Saat ini masyarakat dikenalkan dengan teknologi computer yang mudah untuk dibawa kemana-mana yaitu laptop.

Laptop telah menjadi teknologi penting untuk berbagai aktivitas di era globalisasi saat ini. Mahasiswa sangat menginginkan laptop untuk mendukung pembelajaran mereka. Permintaan untuk laptop yang tersedia semakin meningkat seiring dengan kemunculan produk baru, yang meningkatkan persaingan di industri teknologi. Laptop telah menjadi alat penting untuk pendidikan. Dengan hadirnya, Anda memiliki akses ke dunia informasi dan sumber daya pendidikan tak terbatas. Oleh karena itu, laptop sangat berharga bagi mereka yang ingin meningkatkan kemampuan mereka dalam belajar dan mempersiapkan diri untuk tantangan di masa depan.

Menurut Kristanto & Pudjoprastyono (2021), Para produsen bersaing untuk mendapatkan hati pelanggan dengan menawarkan produk unggulannya masing-masing. Ada yang memiliki resolusi layar yang lebih baik, desain yang lebih baik, atau harga yang lebih murah dengan spesifikasi produk yang baik. Tergantung pada merek dan spesifikasi laptop, produsen dapat menawarkan harga yang beragam, berkisar dari jutaan hingga puluhan juta.

Adapun beberapa merek laptop yang bersaing di Indonesia antara lain Asus, Acer, Lenovo, Apple, HP, Toshiba. Keberagaman merek yang ada, menyebabkan persaingan dalam industri teknologimeningkat.

Acer pertama kali didirikan dengan nama Multitech pada tahun 1976 di Kota Hsinchu, Taiwan. Perusahaan ini bergerak di bidang penjualan teknologi microprocessor pada saat itu. Produk komputer pertama Multitech adalah Microprofessor-I, yang diluncurkan sekitar tiga tahun kemudian. Di tahun 1987, Multitech berganti nama menjadi Acer sebagai akibat dari globalisasi. Kantor pusat Acer terletak di Xizhi, Taipei, Taiwan. Acer telah berkembang di Taiwan selama lebih dari 30 tahun. Acer telah membuka kantor di beberapa negara saat masih menggunakan nama Multitech, seperti Amerika Serikat (1977), Jepang (1984), dan Jerman (1985).

Selain itu, Acer berusaha menjadi vendor PC terbesar di dunia dengan mengakuisisi beberapa perusahaan asing, seperti notebook Texas Instruments di tahun 1997 dan Gateway Inc dan Packard Bell di tahun 2007, termasuk merek eMachines. Acer juga berkonsentrasi pada pengembangan strategi yang lebih luas untuk meningkatkan fokus pengembangan bisnisnya. Tak mengherankan bahwa Acer menjadi perusahaan komputer Taiwan pertama yang mendistribusikan produknya secara langsung.

Berikut beberapa prestasi terbaik Acer dalam 20 tahun terakhir:

1. Meluncurkan PC multimedia Acer Aspire (1995)
2. Menjadi *official partner* di pelayanan IT Asian Games ke-13 dan memperkenalkan sistem manajemen berbasis PC pertama di dunia untuk acara olahraga besar bertaraf internasional (1998).
3. Meluncurkan PC tablet 2 in 1 pertama dunia, Acer TravelMate (2002).

4. Meluncurkan Acer Ferrari 4000, *notebook carbon-fiber* pertama di dunia.
5. Merek *notebook* no. 1 di Eropa, Timur Tengah, dan Afrika (2005).
6. Sponsor resmi Scuderia Ferrari Formula 1 (2006).
7. *Notebook* terbaik ke-2 dunia (2007)
8. PC terbaik ke-2 dunia (2009)
9. Meluncurkan *notebook* Acer Aspire Timeline (2009).
10. Menjadi *official partner* di Olimpiade musim dingin 2010 di Vancouver sebagai penyedia peralatan komputasi.
11. Meluncurkan *ultrabook* tertipis di dunia, Acer Aspire S5 (2012).
12. Menjadi *official partner* untuk menyediakan infrastruktur PC demi mendukung Olimpiade 2012 di London.

Sekarang dapat menikmati produk Acer yang berkualitas di rumah. seperti Acer Aspire S3, yang berhasil menjadikan Acer sebagai merek pertama di Indonesia yang menawarkan *ultrabook*. Selain itu, Acer telah mencapai berbagai pencapaian di Indonesia, termasuk meraih selama 8 tahun berturut-turut, dia menerima penghargaan Master Brand, penghargaan Top Brand untuk kategori *notebook* dari tahun 2009 hingga 2016, dan penghargaan Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA). Selain itu, Acer juga memiliki pangsa pasar *notebook* 2 in 1 sebesar 80% di Indonesia. Selain itu, Acer juga dinobatkan sebagai Brand Most Favorite Youth Indonesia 2015 dan sebagai Brand Most Favorite Netizen Indonesia 2015 untuk kategori Laptop dan *Notebook* dalam Marketeers Awards 2015.

Jaringan retail yang tersebar di 34 provinsi dan lebih 50 kota di Indonesia jelas mendukung pencapaian ini. Acer juga berkonsentrasi pada layanan purna jual yang berkualitas tinggi dan tersebar di seluruh Indonesia melalui ACSC (Acer Customer Service Center). Selain itu, Acer terus berupaya membuat layanan Contact Centernya mudah diakses, yang dapat dihubungi di 1500155 dengan tarif lokal dan tim Dr. Acer yang tersedia melalui media sosial setiap hari..

Dikutip dari *Warta Ekonomi*, (2022) pada tanggal 19 Februari 2022. Acer Laptop menerima penghargaan Top Brand Award untuk ke-15 kalinya. Hasil survei

Top Brand Award 2022 yang dilakukan oleh Frontier Group melibatkan 12.200 orang di 15 kota besar di Indonesia—Jabodetabek, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Medan, Pekanbaru, Palembang, Balikpapan, Samarinda, Banjarmasin, Makassar, Denpasar, dan Manado. Acer menempati peringkat teratas dengan Top Brand Index (TBI) 27,1%.

Dikutip dari *topbrand-award*, mengungkapkan persentase dari tahun 2020-2022.

TABEL 1.1
Top Brand Index Laptop Tahun 2020-2022

MEREK	TOP BRAND INDEX		
	2020	2021	2022
Acer	26.10%	27.90%	27.10%
Asus	25.40%	26.00%	24.80%
Lenovo	10.20%	10.80%	10.30%
Apple	6.30%	8.00%	8.50%
Toshiba	4.40%	-	-
HP	-	6.00%	6.00%

Sumber : *Top Brand Index (2023)*

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa laptop merek Acer menduduki Top Brand Index di posisi pertama dari tahun 2020-2022 dengan Index rata-rata sebesar 27.03%, yang ditunjukkan pada tahun 2020 sebesar 26.10%, tahun 2021 sebesar 27.90%, dan tahun 2022 sebesar 27.10%. Persentase tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 1.80% dari tahun 2020, sedangkan tahun 2022 mengalami penurunan dari tahun 2021 sebesar 0.80%. Dari hasil TBI (Top Brand Index) tahun 2020-2022 merek Acer merupakan merek laptop yang digemari dikalangan masyarakat.

Menurut (Daulay & Putri, 2018) Setiap produsen menggunakan berbagai strategi untuk membuat pelanggan memutuskan untuk membeli barang atau jasa mereka, tetapi pembeli harus melalui beberapa tahapan sebelum membuat keputusan pembelian, yaitu proses tahap demi tahap yang digunakan pembeli saat membeli barang atau jasa. (Arianty & Andira, 2021).

Menurut (Doodoh et al., 2020) Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan memperjualbelikan barang karena kualitas produk sangat penting bagi konsumen, karena banyak konsumen akan membeli barang dengan kualitas yang baik. Kualitas produk adalah hal penting yang harus diperhatikan dalam setiap bisnis. Acer Manufacturing Indonesia (AMI) memiliki fasilitas produksi Acer di Indonesia, yang didirikan pada Januari 2012, dan telah beroperasi selama dua belas tahun. Fasilitas produksi ini berusaha membuat laptop dengan standar global untuk pasar. Beberapa produk yang telah dibuat AMI termasuk desktop, laptop, mini PC, all-in-one PC, proyektor, server, dan monitor. Selain itu, AMI menyatakan bahwa pihaknya terus berupaya mengembangkan talenta lokal dan memanfaatkan sumber daya dalam negeri dan (Liputan 6, 2024).

Menurut (Ratnasari et al., 2021) Citra adalah gambaran mental atau konsep sesuatu, yang terdiri dari jumlah keyakinan, gambaran, dan kesan, yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Meskipun ada, citra tidak nyata atau tidak dapat digambarkan secara nyata karena hanya ada dalam pikiran. Acer meraih 12 Red Dot Awards pada kategori Brand and Communication Design, menjadikan merek dengan total kemenangan terbanyak pada kompetisi tahun ini. Proyek desain untuk berbagai kategori, seperti periklanan, film dan animasi, kemasan produk, situs web, dan solusi digital, menjadi bagian dari rangkaian pemenang Red Dot Awards 2023. (Ali, 2023).

Harga menurut (Sutrisno & Haryani, 2017) adalah kesepakatan nilai yang harus dipertukarkan dalam sebuah transaksi pembelian. Harga juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang harus dibayar pembeli untuk menerima barang (Harjanto 2009:26). Harga cukup terjangkau dikalangan masyarakat sehingga banyak diminati dipasaran.

Dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Soloraya karena penulis belum pernah menemukan penelitian tentang Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga sehingga penulis tertarik untuk meneliti dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan yang telah dirumuskan, peneliti merumuskan tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya.
2. Menganalisis pengaruh Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya.
3. Menganalisis pengaruh Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Soloraya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang ingin diapai dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis penelitian ini dapat bermanfaat bagi sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman mengenai keputusan pembelian laptop yang dipengaruhi oleh kualitas produk, citra merek, dan harga.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan mampu memberikan informasi kepada pihak perusahaan mengenai keputusan pembelian laptop pada mahasiswa di Kota Soloraya berdasarkan data yang digunakan.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta dapat menjadi perbandingan bagi peneliti selanjutnya sesuai dengan pembahasan mengenai kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian laptop.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang Relevan

1. Keputusan Pembelian

Kotler dan Amstrong (2014) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar membeli (Saragih et al., 2021). Perilaku konsumen akan menunjukkan proses pengambilan keputusan pembelian mereka. Proses ini terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen: pengenalan masalah, mencari informasi, melakukan penilaian alternatif, membuat keputusan, dan bertindak setelah pembelian (Kotler, 2004:224). Setelah konsumen menyadarinya, maka akan memulai proses pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, karena banyaknya pilihan barang dan jasa yang tersedia di pasar. Dari uraian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu dimana konsumen dengan kesadaran kebutuhan dan keinginan konsumen setelah memilih barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

Indikator yang mencirikan keputusan pembelian yang digunakan penelitian ini, yaitu:

- a) Kemantapan pada sebuah produk
- b) Kebiasaan dalam membeli produk
- c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- d) Melakukan pembelian ulang

2. Kualitas Produk

Produk yang memiliki faktor kualitas memiliki nilai yang sesuai dengan tujuan produksinya. Kualitas ditentukan oleh berbagai kegunaan atau fungsinya, seperti daya tahan, ketergantungan pada produk atau komponennya, kenyamanan, dan penampilan luarnya, seperti warna, bentuk, dan pembungkus. Kualitas sangat penting, baik dari perspektif konsumen yang dapat memilih standar kualitas atau dari perspektif produsen yang mulai memperhatikan pengendalian kualitas untuk mempertahankan dan memperluas jangkauan pemasaran. Menurut Kotler, (2012) dalam penelitian mengatakan bahwa kualitas produk sangat penting dari dua perspektif. Pertama, dalam hal manajemen operasional, kualitas produk adalah salah satu kebijakan penting untuk meningkatkan daya saing produk, yang harus membedakannya dari pesaing. Kedua, dalam hal pemasaran, kualitas produk mencakup harga, promosi, dan metode distribusi, yang dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan (Febriani, 2023).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan dapat memenuhi kepuasan dalam kebutuhan konsumen.

Indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Spesifikasi sesuai keinginan
- b) Kinerja Produk
- c) Fitur Produk
- d) Daya Tahan Kemasan
- e) Keawetan

3. Citra Merek

Berbicara tentang masalah citra akan menggambarkan suatu persepsi tentang sesuatu, seperti barang atau jasa. Ada atau tidaknya gambaran tersebut bergantung pada informasi atau pengalaman yang diperoleh. Jika suatu merek dianggap baik oleh orang lain, pandangan mereka tentang merek tersebut akan menjadi positif. Sebaliknya, jika pengalaman atau informasi yang mereka peroleh

tentang merek tersebut buruk, pandangan mereka tentang merek tersebut akan menjadi negatif. Untuk mengetahui apa yang dipikirkan setiap orang tentang suatu merek, bagaimana mereka memahaminya, dan apa yang mereka sukai darinya, kita dapat melihat citra merek melalui pendapat, kesan, atau respons. Menurut Kotler & Keller, (2014) citra merek persepsi dan keyakinan konsumen yang tercerminkan dalam kenangan mereka tentang asosiasi. Citra merek didasarkan pada informasi dan pengalaman sebelumnya dengan produk atau merek.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa citra merek adalah faktor penting dalam keputusan pembelian seseorang karena mampu menarik perhatian pembelian untuk membeli barang tersebut (Tia Chisca Anggraeni et al., 2023).

Indikator citra merek yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Merek dikenal oleh masyarakat
- b) Merek menambah citra diri penggunanya
- c) Merek memiliki kualitas yang unggul di setiap produknya
- d) Merek memiliki ciri khas yang berbeda dengan merek lain

4. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Harga adalah jumlah yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk baik barang maupun jasa dalam arti sempit. Namun, dalam arti yang lebih luas, harga adalah jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan, yang terdiri dari berbagai komponen, untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa (Saragih et al., 2021). Menurut Kotler & Keller, (2012) harga adalah jumlah uang yang dapat ditukarkan oleh pembeli dengan manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Nilai dapat ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau oleh penjual sendiri untuk

semua pembeli. Harga dapat bermacam-macam bentuk fungsi, seperti sewa, biaya penyimpanan, gaji, bunga, dan komisi.

Beberapa pendapat para penelitian di atas penulis menyimpulkan bahwa harga merupakan nilai dalam rupiah yang digunakan dalam transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.

Indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a) Keterjangkauan Harga
- b) Harga Sesuai Kemampuan atau daya saing harga
- c) Kesesuaian Harga
- d) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

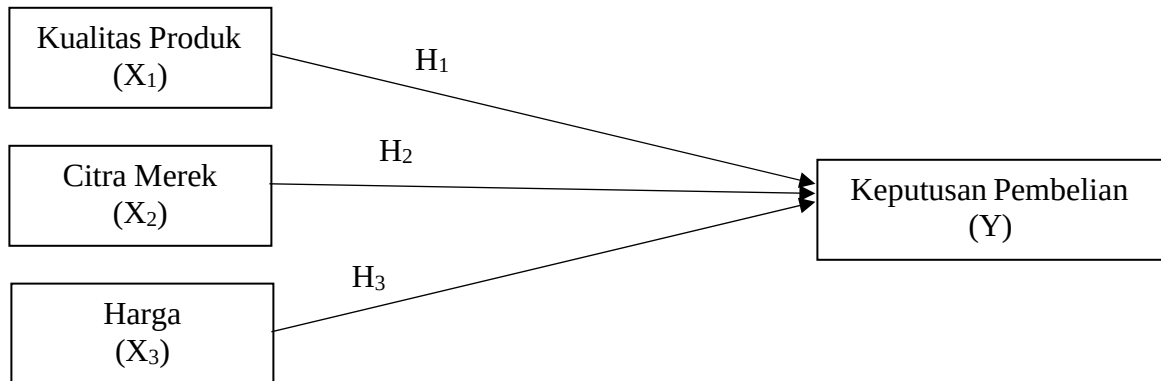
B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini digunakan oleh penulis sebagai referensi saat mereka melakukan penelitian, sehingga mereka dapat menambahkan teori yang mereka pelajari ke dalam penelitian yang akan datang. Penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

No	Penulis dan Tahun	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	Thomson Saragih, handra U. Siagian (2021)	1. Harga (X1) 2. Kualitas Produk (X2) 3. Keputusan Pembelian (Y)	Harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk laptop acer.
2.	Alvin Juan Pradana (2017)	1. Harga (X1) 2. Kualitas Produk (X2)	Harga, kualitas produk, dan citra merek

		3. Citra Merek (X3) 4. Keputusan Pembelian (Y)	berpengaruh terhadap keputusan pembelian,
3.	Fitrah, Is Fadhillah	1. Kualitas Produk (X1) 2. Citra Merek (X2) 3. Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas produk berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop.
4.	Rahmadhini, Telagawathi (2023)	1. Kualitas Produk (X1) 2. Citra Merek (X2) 3. Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas produk dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
5.	Angga Pratama Putra (2018)	1. Citra Merek (X1) 2. Harga (X2) 3. Kualitas Produk (X3) 4. Keputusan Pembelian (Y)	Citra Merek, harga, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
6.	Hilman (2022)	1. kualitas produk (X1) 2. Harga (X2) 3. Citra Merek (X3) 4. Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas produk, harga, dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop.

C. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian kali ini adalah Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian kali ini adalah Keputusan Pembelian.

D. Hipotesis

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Fatmaningrum & et al, 2020) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara bersamaan, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$). Selain itu, besarnya pengaruh R^2 yang disesuaikan dari kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian adalah 0,575. Keterbatasan ini hanya berlaku untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta yang mengkonsumsi Frestea. Aspek produk, yang belum diteliti dalam penelitian ini, harus menjadi subjek penelitian lanjutan.

H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Acer di Soloraya.

2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Fitrah, 2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian laptop Asus oleh mahasiswa Surabaya secara negatif atau tidak signifikan, sedangkan citra merek memengaruhi keputusan pembelian laptop Asus oleh mahasiswa Surabaya secara positif atau signifikan. Secara keseluruhan, kualitas produk dan citra merek berkontribusi sebesar 67% terhadap keputusan pembelian laptop Asus oleh mahasiswa Surabaya..

H2: Citra Merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Acer di Soloraya.

3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Saragih et al., 2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara bersamaan, kualitas produk, harga, dan persepsi merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Acer Aspire di

Pontianak. Variabel kualitas produk, harga, dan citra merek secara parsial mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli laptop acer aspire di Kota Pontianak. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (r^2 Square) = 0,712, variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan citra merek mempengaruhi 71,2% dari variabel tersebut. Variabel lain mempengaruhi 28,8% dari variabel tersebut.

H3: Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Acer di Soloraya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer.
2. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer.
3. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

- a. Bagi perusahaan laptop Acer di Soloraya

Berdasarkan hasil penelitian, maka sebaiknya perusahaan laptop Acer lebih memperhatikan tentang manfaat produknya dimana terdapat sebuah Kualitas Produk. Untuk kualitas produk laptop Acer agar pelanggan puas dengan semua keuntungan yang ditawarkan, kualitas produk juga harus ditinjau kembali. Ini tidak berarti kualitas produk yang lebih rendah menurunkan citra merek. Laptop Acer harus dapat membuktikan bahwa meskipun kualitas produk relatif rendah, itu tetap memenuhi kebutuhan konsumen dan bersaing dengan perusahaan produsen sejenis lainnya.

b. Bagi Mahasiswa

Studi ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang bagaimana kualitas produk, citra merek, dan harga memengaruhi keputusan mereka untuk membeli laptop Acer yang terbaik dan terarah.

c. Bagi Peneliti

Bagi peneliti diharapkan, dapat meningkatkan penelitian ini dengan melihat faktor tambahan yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini atau menambahkan faktor bebas tambahan yang mungkin menjadi pertimbangan konsumen saat membuat keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. (2023). *Acer Raih 12 Red Dot Awards di Kategori Brand and Communication Design*. <https://tabloidpulsa.id/acer-raih-12-red-dot-awards-di-kategori-brand-and-communication-design/>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas produk , citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3), 96–107.
- Anwar Hidayat. (2021). *Simple Random Sampling: Pengertian, Jenis, Cara dan Contohnya*. <https://www.statistikian.com/2018/02/pengertian-simple-random-sampling.html>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Liputan 6. (2024). *Acer Manufacturing Dukung Industri Laptop Dalam Negeri yang Patuh TKDN*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5514689/acer-manufacturing-dukung-industri-laptop-dalam-negeri-yang-patuh-tkdn>
- Mahirah S, N. Y., & Slamet, M. R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Menggunakan Transportasi Online Di Kota Batam. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 7(1), 133–142. <https://doi.org/10.30871/jama.v7i1.5302>
- Pengaruhnya, H., Keputusan, T., Mandey, J. B., Ekonomi, F., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (n.d.). *No Title*. 1(4), 95–104.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer’S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Terhadap, M., Pembelian, K., & Kopi, D. I. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK , PERSEPSI HARGA DAN CITRA KENANGAN KOTA KASABLANKA*. 4(3), 26–39.
- Doodoh, V. G. M., Soegoto, A. S., & Rantung, M. C. (2020). Analisis Kualitas, Keberagaman Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rm. Kios Pelangi Wakeke. *Jurnal Emba*, 8(3), 444–452.
- Fatmaningrum, R. S., & Et Al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13. <https://Journal.Stiemb.Ac.Id/Index.Php/Mea/Article/View/270>
- Febriani, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada King Mango Di Aeon Mall Bsd. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(03), 95–105. <https://doi.org/10.56127/Jukim.V2i03.718>
- Fitrah, I. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian

- Laptop Merek Asus Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Surabaya. 16(2), 564–578.
- Karneli, M. &. (2008). Pengaruh Bauran Promosi Dan Citra Merek Terhadap Minat Konsumen pada Alpha Hotel Pekanbaru. 5(1), 282.
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur. 30(02), 11–19.
- Liputan 6. (2024). *Acer Manufacturing Dukung Industri Laptop Dalam Negeri Yang Patuh Tkdn*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5514689/acer-manufacturing-dukung-industri-laptop-dalam-negeri-yang-patuh-tkdn>
- Lotulung, P. V, Mandey, S. L., Lintong, D. C. A., Persepsi, P., Dan, K., & Produk, K. (2023). Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea The Influence Of Consumer Perceptions And Product Quality On The Purchase Decision Of Imported Used Clothes In The Community Of Kelurahan Karombas. 11(02), 561–572.
- Mahirah S, N. Y., & Slamet, M. R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Menggunakan Transportasi Online Di Kota Batam. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 7(1), 133–142. <https://doi.org/10.30871/jama.v7i1.5302>
- Octaviani, D., & Zalviwan, M. (N.D.). Angga Putra Pratama Octaviani Pabriani Santiwi , Adi.
- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–5.
- Ratnasari, A. D., Indriastuti, H., & Asnawati, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus. 6(2), 2009–2012. Saragih, T., Siagian, C. U., Nasution, H. P., Bisnis, M., Niaga, A., & Medan, P. N. (2021). Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). 2020, 646–656.
- Sugiyono. (2015). Statistik Nonparametris Untuk Penelitian. Bintang: Jurnal Pendidikan Dan Sains, 1(3), 32–41. <https://www.ejournal.stitpn.ac.id/index.php/bintang/article/view/716/476>
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence Of Brand And Product Quality On Customer’s Buying Decision In South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Tia Chisca Anggraeni, Widjayanti, W., & Andra Bening Ibra Puspita. (2023). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 40–51. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.428>
- Top Brand Index. (2023). <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Warta Ekonomi. (2022). <https://wartaekonomi.co.id/>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

I. Karakteristik Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Umur :
4. Domisili :
 - Surakarta
 - Sukoharjo
 - Karangayar
 - Boyolali
 - Klaten
 - Sragen
 - Wonogiri

II. Pertanyaan Responden

Pertunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban atas pertanyaan-pertanyaan berikut dengan tanda (checklist) Pada kolom yang tersedia. Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu :

Keterangan :

Sangat Tidak Setuju(STS)

Tidak Setuju(TS)

Kurang Setuju(KS)

Setuju(S)

Sangat Setuju(SS)

*) kriteria pengisian kuesioner yaitu masyarakat yang mengenal, membeli laptop Acer dan menggunakan laptop Acer di Soloraya.

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli produk laptop Acer karena harga dan kualitas bagus					
2.	Saya membeli produk Laptop Acer karena adanya kebutuhan					
3.	Setelah melihat konsumen lain menggunakan produk Laptop Acer saya tertarik untuk membeli					
4.	Saya akan melakukan pembelian terhadap produk Laptop Acer secara berulang-ulang					

KUALITAS PRODUK

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Spesifikasi laptop Acer sesuai dengan keinginan saya					
2.	Produk laptop Acer mempunyai kualitas bagus					
3.	Fitur yang diberikan dari produk laptop Acer lengkap seperti menonton <i>film</i> ,mendengarkan <i>music</i> , ataupun bermain <i>game</i>					
4.	Kemasan produk Acer cukup kuat sehingga dapat melindungi laptop dengan sempurna					
5.	Produk Acer tidak cepat rusak (laptop Acer baterainya tahan lama)					

CITRA MEREK

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Laptop Acer mudah dikenali oleh masyarakat					
2.	Laptop Acer memberikan kesan positif kepada konsumen					
3.	Laptop Acer memiliki kualitas yang unggul disetiap produknya					
4.	Laptop Acer merek yang mudah diingat					

HARGA

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga produk laptop Acer dapat dijangkau konsumen					
2.	Harga produk laptop Acer sesuai kemampuan dan dapat bersaing dengan produk lain.					
3.	Harga produk laptop Acer sesuai dengan kualitas produk					
4.	Harga produk laptop Acer sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

Lampiran 2. Hasil Output SPSS

I. Uji Validitas

No.Item Pertanyaan	Correlated Item-Total Correlation	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X1)			
KPR 1	0,773	0,1824	Valid
KPR 2	0,863	0,1824	Valid