

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI
DEPOK**

TUGAS AKHIR

DELLA NUR HALIZA

213402516080



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI
DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

DELLA NUR HALIZA

213402516080



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI DEPOK

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 17 Februari 2025



Della Nur Haliza

NPM : 213402516080

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PPRODUK,
PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI DEPOK**

Nama Mahasiswa : **DELLA NUR HALIZA**
Nomor Pokok : **213402516080**
Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, 13 Februari 2025


LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP ASUS DI DEPOK**

Nama Mahasiswa : **Della Nur Haliza**
Nomor Pokok : **213402516080**
Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Drs Suadi Sapta Putra M.Si.M)

Ketua Penguji



Anggota Penguji


(Dr. Achmad Cik, S.E., M.M.)


(Dr. Ir. Farida, M.M.)

Menyetujui

Dekan,



Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M

Jakarta, 28 Februari 2025

Tanggal Lulus : 28 Februari 2025

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI DEPOK

Oleh : Della Nur Haliza

213402516080

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Drs. Suadi Sapta Putra M.Si.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Depok. Konsumen Laptop Asus di Depok merupakan populasi pada penelitian ini. Teknik purposive sampling digunakan pada penelitian ini untuk pengambilan sampel, dengan jumlah 100 responden yang dijadikan sampel. Data yang terkumpul dari hasil kuesioner yang dibagi ke responden setiap pertanyaan diukur menggunakan skala Likert. Penelitian ini menggunakan SPSS V.27 sebagai alat menganalisis data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Hasil temuan pada penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Citra Merek (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan penjualan yang dapat membantu perusahaan meningkatkan Keputusan Pembelian. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan konsumen dan mempertahankan posisi sebagai merek terkemuka di industri laptop.

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

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT, PRICE PERCEPTION, AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASING DECISION OF ASUS LAPTOP IN DEPOK

By:

Della Nur Haliza

213402516080

Final Project, under the guidance of Dr. Drs Suadi Sapta Putra M.Si.M.

This study aims to analyze the influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on the Purchase Decision of Asus Laptops in Depok. Asus Laptop consumers in Depok are the population in this study. The purposive sampling technique was used in this study for sampling, with a total of 100 respondents selected as the sample. The data collected from the questionnaires distributed to respondents, with each question measured using a Likert scale. This research uses SPSS V.27 as a tool to analyze the data obtained from the distribution of the questionnaire. The findings of this study conclude that the variables Product Quality (X1), Price Perception (X2), and Brand Image (X3) have a positive and significant effect on Purchase Decision (Y). The results of this study are expected to encourage Asus Laptops to maintain product quality, uphold competitive price perceptions in the community, and enhance a strong and positive brand reputation to improve purchase decisions. Thus, the company can increase sales, which can help the company improve Purchase Decisions. In addition, the company can also increase its consumer base and maintain its position as a leading brand in the laptop industry.

Keyword : Product Quality, Price Perception, Brand Image, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji dan iimana kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan iimana dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan. Penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ASUS DI DEPOK”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana Manajemen (S1) Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan Tugas Akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan dan dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan Kerendahan, rasa kasih iimana penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasioal
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisinis
5. Bapak Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M, selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan iimana, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Teristimewa penulis ucapkan terimakasih kepada orang tua tercinta penulis yakni Ayahanda Dedi Subandi dan Ibunda Napsiah, terimakasih atas setiap tetes keringet, setiap pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada penulis, mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing, dan selalu memberikan kasih sayang yang tulus, motivasi, serta dukungan dan mendoakan penulis dalam keadaan apapun agar penulis mampu bertahan untuk melangkah setapak demi setapak dalam meraih mimpi di masa depan. Terima kasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga memperoleh gelar Sarjana Manajemen.
9. Kepada kedua kakak saya Nevan Nur Ikhwan dan Dendy Firdaus yang sudah telah menjadi kakak yang baik dalam hal ini selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini, terutama untuk kaka saya Nevan Nur Ikhwan yang sudah berjasa disemester akhir ini karna kalo tidak ada beliau saya bisa tidak lanjut kuliah.
10. Kepada keponakan-ponakan tercinta Gofur dan Nazwa, terimakasih atas kelucuan-kelucuan kalian yang membuat penulis semangat dan slalu membuat penulis senang, sehingga penulis semangat untuk mengerjakan tugas akhir ini.
11. Kepada Gema Ramadhan yang telah berkontribusi sejak awal penulisan skripsi ini sampai titik ini iiiimana penulis akhirnya mendapatkan gelar S.M. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam keadaan sedih, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah.
12. Terimakasih kepada sahabat perjuangan Indah Puji Astuti S.M, Dwiningtyas Rinaldi S.M, Nanda Gita Pratiwi S.M, Rosi Oktavia Ayu Juwita S.M, dan Eka

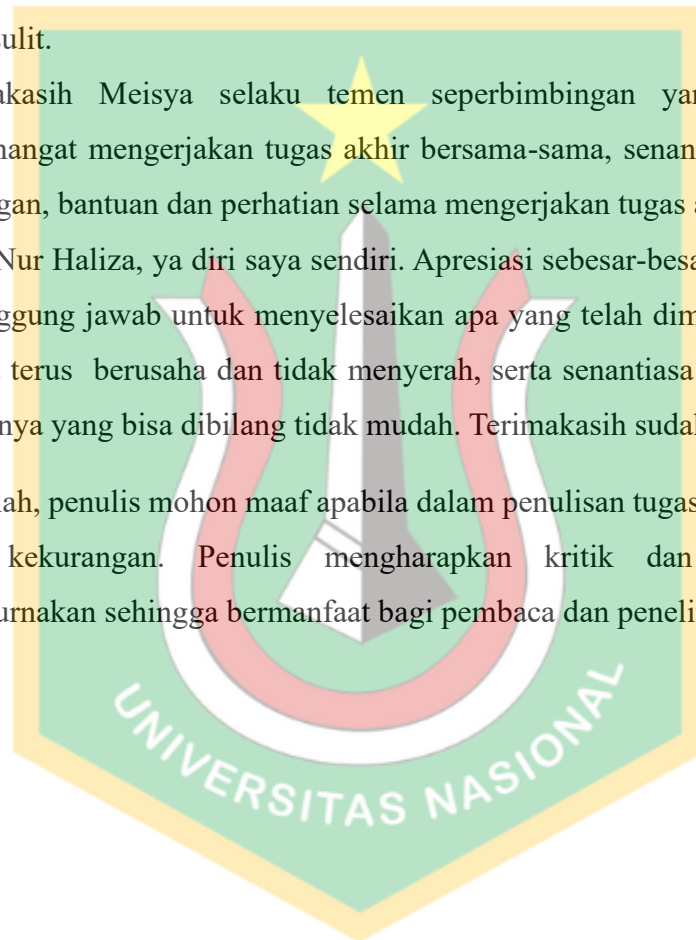
Luppiyana S.M yang sudah menjadi sahabat penulis sejak awal masuk kuliah sampai saat ini dan banyak berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih atas segala kenangan dan pengalaman yang berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga sampai terselesaikan perkuliahan ini. *See you on top, guys!*

13. Terimakasih Wenty Dharma Pratiwi, sahabat penulis yang selalu menemani, memberi dukungan dan menjadi tempat keluh kesah serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih selalu ada dalam setiap masa-masa sulit.

14. Terimakasih Meisya selaku temen seperbimbingan yang sudah selalu bersemangat mengerjakan tugas akhir bersama-sama, senantiasa memberikan dukungan, bantuan dan perhatian selama mengerjakan tugas akhir.

15. Della Nur Haliza, ya diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Demikianlah, penulis mohon maaf apabila dalam penulisan tugas akhir ini terdapat banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran sifatnya menyempurnakan sehingga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.



Penulis

Della Nur Haliza

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I_PENDAHALUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Teori yang terkait dengan variabel penelitian	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Manajemen Pemasaran	9
3. Tujuan Manajemen Pemasaran	10
4. Fungsi Manajemen Pemasaran	11
5. Bauran Pemasaran (Marketing mix)	12
6. Keputusan Pembelian	13
7. Kualitas Produk	14
8. Persepsi Harga	16
9. Citra Merek	17
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	19
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	19
2. Pengaruh persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian	19

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	20
C. Hasil Penelitian Terdahulu yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	20
D. Kerangka Analisis	23
E. Hipotesis.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Data Penelitian	26
1. Sumber data dan Jenis Data	26
2. Populasi dan Sampel	26
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	28
C. Jenis Variabel yang digunakan	29
D. Definisi Operasional.....	29
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	31
1. Metode Analisis.....	31
2A. Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Data Penelitian.....	39
2. Deskripsi Responden.....	41
3. Hasil Lengkap Estimasi.....	46
B. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	61
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Pengguna Komputer pada 2021-2023	2
Tabel 1. 2 Top Brand Kategori Notebook/Laptop/Netbook 20213-2023.....	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4. 6 Avarage Total Mean Kualitas Produk (X1)	47
Tabel 4. 7 Avarage Total Mean Persepsi harga (X2).....	48
Tabel 4. 8 Avarage Total Mean Citra Merek (X3).....	49
Tabel 4. 9 Avarage Total Mean Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4. 10 Uji Validitas	51
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 12 Uji Normalitas	53
Tabel 4. 13 Uji Multi Kolinearitas	54
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4. 15 Uji Auto Korelasi	56
Tabel 4. 16 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4. 17 Uji F.....	58
Tabel 4. 18 Uji Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4. 19 Uji T (Hipotesis).....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	24
Gambar 4. 1 Produk Laptop Asus	40
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2	Tabulasi Data Penelitian	76
Lampiran 3	Hasil Output SPSS.....	80
Lampiran 4	Laporan Hasil Bimbingan.....	88
Lampiran 5	Hasil Turnitin.....	89

