

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP
MEREK ASUS PADA PRODI S1 MANAJEMEN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program
Sarjana Ekonomi**



**OLEH
I GUSTI NGURAH BAYU PRAMANA
NIM 1817041235**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E. M.M
NIP 19820729201012203



Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si
NIP 196810291993032001

Skripsi oleh I Gusti Ngurah Bayu Pramana
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 24 Februari 2022

Dewan Penguji,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E. M.M
NIP. 19820729201012203

(Ketua)



Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

(Anggota)



Komang Krisna Neryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212013041001

(Anggota)

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi


Pada:

Hari : Kamis

Tanggal: 24 Februari 2022

Mengetahui,

Ketua ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krista Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.SI., Ak., CA., CPA.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus pada Prodi S1 Manajemen” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 27 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', 'METERAI TEMPEL', and the alphanumeric code 'D6592AJX852506624'.

I Gusti Ngurah Bayu Pramana

NIM 1817041037

PRAKARTA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus pada Prodi S1 Manajemen”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari banyak mendapatkan bantuan dan saran baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan rasa hormat, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E, M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan serta arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si, selaku Pembimbing II dan Pembimbing Akademik yang dengan sabar dan kesungguhan hati dalam membimbing penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu mendidik dan memberikan motivasi selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dan memberikan berbagai macam informasi selama perkuliahan.

9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan pelayanan dan memberikan kemudahan dalam peminjaman buku-buku yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.
10. Kedua orang tua penulis (Gusti Ngurah Anom dan Putu Restiani), kedua saudara penulis, dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi dengan penuh kasih sayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat dan para teman, Nova, Wiwin, Wiwik, Siska, Shintya, Nami dan juga teman-teman Manajemen angkatan tahun 2018 yang turut memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang berkaitan dalam penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari atas segala keterbatasan yang tersaji dalam skripsi ini yang masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan masukannya dari para pembaca yang bersifat membangun dari berbagai pihak untuk sebagai masukan bagi para penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat secara langsung bagi para pembaca.

Singaraja, 14 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	6
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.6 Tujuan Penelitian.....	7
1.7 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Brand Image.....	11
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	11
2.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	12
2.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	13

2.3 Kualitas Produk.....	14
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	14
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	15
2.4 Kajian Hasil yang Relevan.....	16
2.5 Hubungan antar Variabel	19
2.5.1 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	19
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	19
2.5.3 Hubungan <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	20
2.6 Kerangka Berpikir.....	20
2.7 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB II METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Rancangan penelitian	23
3.2 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	23
3.3 Sampel Penelitian.....	24
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	25
3.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	26
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Data.....	34
4.2 Pengujian Asumsi Klasik	35

4.2.1 Uji Asumsi Klasik	35
4.3 Uji Regresi Linier Berganda	39
4.4 Koefisien Determinasi.....	41
4.5 Pengujian Hipotesis.....	42
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap keputusan Pembelian.....	43
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	43
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	44
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap keputusan Pembelian.....	44
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.7 Implikasi	48
4.7.1 Implikasi <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.7.2 Implikasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	59
 BAB V PENUTUP.....	 51
5.1 Rangkuman	51
5.2 Kesimpulan	52
5.3 Saran.....	54
 DAFTAR RUJUKAN.....	 55

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Top <i>Brand Index</i> Laptop di Indonesia pada Tahun 2021.....	3
Tabel 2.1 Kajian Hasil yang Relevan.....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pembeli Laptop Merek Asus Berdasarkan Semester.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pembeli Laptop Merek Asus Berdasarkan Jenis kelamin	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	37
Tabel 4.4 Hasil Uji multikolinieritas.....	37
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Menggunakan Uji <i>Park</i>	39
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-Plot</i>	36
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan Grafik <i>Scatterplot</i>	38
Gambar 4.3 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Top <i>Brand Index</i> Laptop di Indonesia pada Tahun 2021	59
Lampiran 02. Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 03. Deskripsi Data Responden.....	63
Lampiran 04 Tabulasi Data Populasi Penelitian	64
Lampiran 05 Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Penelitian	67
Lampiran 06. Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik	71