

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
SERTA HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAPTOP MEREK LENOVO**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada**

**Universitas Pendidikan Ganesha**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan**

**Program Sarjana Ekonomi**

**Oleh**

**I MADE PURNAMA WIGUNA PUTRA**

**NIM 1817041086**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**SINGARAJA**

**2022**

**SKRIPSI**

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

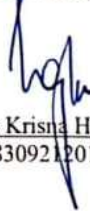
**Menyetujui**

**Pembimbing I,**



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc.  
NIP. 197404122010121001

**Pembimbing II,**



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

Skripsi oleh I Made Purnama Wiguna Putra  
Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
Pada tanggal 15 Juni 2022

Dewan Penguji,



Dr. Fridavana Yudiaatmaja, M.Sc.  
NIP. 197404122010121001

(Ketua)



Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M.  
NIP. 198309212015041001

(Anggota)



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.  
NIP. 197611102014042001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi  
Pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 15 Juni 2022

**Mengetahui,**

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian



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



Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M.  
NIP. 198309212015041001

**Mengesahkan,**

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha



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

**PERNYATAAN**

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

Singaraja, 15 Juni 2022  
Yang membuat pernyataan,



I Made Purnama Wiguna Putra  
NIM. 1817041086

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu 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., M.S, Ak., 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 Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk, motivasi, serta bimbingan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kedua orang tua saya I Wayan Nuarta dan Ni Made Astiari yang selalu mendoakan anaknya, memberi kasih sayang, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman yang selalu menemani yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu menemani, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.



## DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian.....	7
1.3. Pembatasan Masalah Penelitian.....	7
1.4. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1. Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2. Dimensi Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.2. Kualitas Produk.....	12
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.2.2. Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.2.3. Indikator Kualitas Produk.....	14
2.3. Citra Merek.....	14
2.3.1. Pengertian Citra Merek.....	14
2.3.2. Dimensi Citra Merek.....	15
2.3.3. Indikator Citra Merek.....	16



2.4.	Harga .....	16
2.4.1.	Pengertian Harga.....	16
2.4.2.	Dimensi Harga .....	17
2.4.3.	Indikator Harga .....	18
2.5.	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
2.6.	Hubungan Antar Variabel .....	25
2.6.1.	Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.6.2.	Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.6.3.	Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.6.4.	Hubungan Kualitas Produk dan Citra Merek serta Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.7.	Kerangka Berpikir .....	28
2.8.	Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>31</b>
3.1.	Rancangan Penelitian .....	31
3.2.	Subjek dan Objek Penelitian .....	31
3.3.	Sampel Penelitian.....	31
3.4.	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	33
3.5.	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data .....	34
3.5.1.	Metode Pengumpulan Data .....	34
3.5.2.	Instrumen Pengumpulan Data .....	35
3.6.	Metode dan Teknik Analisis Data .....	38
3.6.1.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.2.	Regresi Linier Berganda .....	40
3.6.3.	Koefisien Determinasi.....	41
3.7.	Pengujian Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>44</b>

4.1.	Deskripsi Data .....	44
4.2.	Pengujian Asumsi.....	46
4.2.1.	Pengujian Asumsi Klasik .....	46
4.3.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
4.4.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
4.5.	Pengujian Hipotesis .....	52
4.5.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo .....	52
4.5.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo .....	52
4.5.3.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo . .....	52
4.5.4.	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek serta Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo .....	53
4.6.	Pembahasan .....	54
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo .....	54
4.6.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo .....	55
4.6.3.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo . .....	55
4.6.4.	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek serta Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Lenovo .....	56
4.7.	Keterbatasan Penelitian .....	57
4.8.	Implikasi .....	58
BAB V PENUTUP.....		60
5.1.	Rangkuman.....	60
5.2.	Simpulan.....	61
5.3.	Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....		64



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1. Pengiriman Desktop, Notebook, dan Workstation ke Seluruh Dunia.....	7
Tabel 1. 2 Top Brand Index .....	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1 Variabel, Konsep Variabel, Indikator dan Skala Ukur .....	7
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	7
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	7
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Program Studi.....	7
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Semester .....	7
Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Umur .....	7
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin .....	7
Tabel 4. 5 Uji Multikolinearitas .....	7
Tabel 4. 6 Ringkasan Hasil <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	7
Tabel 4. 7 Hasil Uji F <i>Output</i> ANOVA .....	7



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Bepikir Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek serta Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	7
Gambar 4. 1 Grafik Normal P-P Plots of Regression Standardized Residual .....	7
Gambar 4. 2 Grafik Scatterplots.....	7

