

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN (STUDI PADA PENGGUNA LAPTOP
ACER DI KECAMATAN BULELENG)**

SKRIPSI

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

**Oleh
I Gede Diki Pratama
NIM 1917041023**

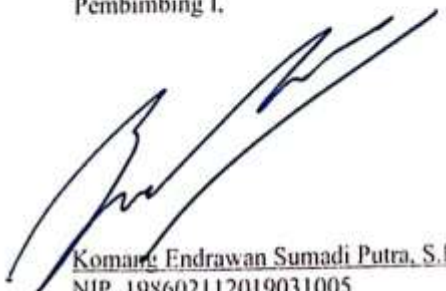
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2023**

SKRIPSI

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


Menyetujui

Pembimbing I,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP. 198602112019031005

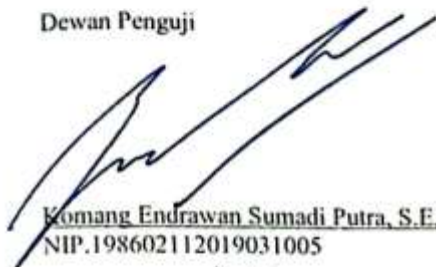
Pembimbing II,



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


Skripsi oleh I Gede Diki Pratama
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 8 Maret 2023

Dewan Penguji



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.
NIP.198602112019031005

(Ketua)



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

(Anggota)



Gede Putra Agus Jara Susila, S.E., MBA
NIP. 198208312010121001

(Anggota)

Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi Syarat- syarat untuk menggapai gelar sarjana Manajemen

Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 8 Maret 2023

Mengetahui

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,

Dekan fakultas Ekonomi



Prof. 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, *Brand Image*, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Laptop Acer di Kecamatan Buleleng)” beserta seluruh isinya adalah benar- benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dan 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 di temukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 29 Maret 2023
Pembuat Pernyataan



I Gede Diki Pratama
NIM 1917041023

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Hyang Widhi Wasa karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Laptop Acer di Kecamatan Buleleng)** dapat diselesaikan tepat waktu.

Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat mengatasi hambatan-hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini diucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha dan selaku penelaah yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga terselesainya skripsi ini.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E, M.M selaku Pembimbing I yang dengan penuh tanggung jawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
6. Dr. Dra. Ni Made Suci M.Si selaku Pembimbing II dan selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

8. Kedua orang tua tercinta Bapak I Ketut Mayuna dan Ibu Ni Nyoman Resmihati yang selalu memberikan banyak doa, dukungan moral dan material dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2019.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih atas semua dukungan dan motivasi serta semangat sehingga penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.



Singaraja, September 2023

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	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1. Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.2. Kualitas Produk	15
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk	16
2.2.3 Indikator Kualitas Produk	16
2.3 <i>Brand Image</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	17
2.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	18
2.3.3 Indikator <i>Brand Image</i>	19
2.4 Promosi.....	19
2.4.1 Pengertian Promosi	19

2.4.2 Dimensi Promosi	20
2.4.3 Indikator Promosi	21
2.5 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	22
2.6 Hubungan Antar Variabel	25
2.6.1 Hubungan Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6.3 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.6.4 Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	26
2.7 Kerangka Berfikir	27
2.8 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Jenis dan Sumber Data	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.4 Sampel Penelitian	30
3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	31
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	33
3.6.1 Metode Pengumpulan Data	33
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data	34
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	37
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	40
3.8 Pengujian Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Data Responden	44
4.2 Pengujian Asumsi Klasik	55
4.2.1 Uji Normalitas	45
4.2.2 Uji Multikolinearitas	47
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	48

4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.4 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.5 Pengujian Hipotesis	52
4.5.1 Hasil Uji Simultan (Uji F)	52
4.5.2 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	53
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laptop Merek Acer ...	56
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laptop Merek Acer	57
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laptop Merek Acer	58
4.6.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laptop Merek Acer	60
4.7 Implikasi	60
4.8 Keterbatasan Penelitian	61
BAB V PENUTUP	62
5.1 Ringkasan	62
5.2 Simpulan	63
5.3 Saran	66
DAFTAR RUJUKAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>Top Brand</i> Laptop Acer Tahun 2019-2021	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Variabel Penelitian	31
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Tingkat Usia	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	48
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda	50
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.8 Hasil Uji F(Simultan).....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial)	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Pengaruh Kualitas Produk, <i>Brand Image</i> dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 01. Data Top <i>Brand Index</i> Kategori Laptop tahun 2019-2021	70
Lampiran 02. Kuisisioner Penelitian	71
Lampiran 03. Tabulasi Data 30 Responden	75
Lampiran 04. Hasil Uji Instrumen	77
Lampiran 05. Tabulasi Data 75 Responden	82
Lampiran 06. Deskripsi Data Responden	87
Lampiran 07. Hasil Uji Klasik	89
Lampiran 08. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	91
Lampiran 09. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis	92

