

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP ASUS DI RIMO TRADE CENTER
DENPASAR**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP ASUS DI RIMO TRADE CENTER
DENPASAR**

SKRIPSI



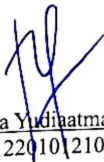
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2025**

SKRIPSI

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

Menyetujui

Pembimbing I,



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

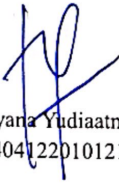
Pembimbing II,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP.198207292010122003

Skripsi oleh Gede Agus Diantara ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 5 maret 2025

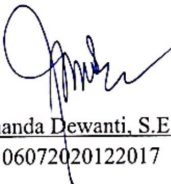
Dewan Penguji,



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc., (Ketua)
NIP. 197404122010121001



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. (Anggota)
NIP.198207292010122003



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. (Anggota)
NIP. 199106072020122017

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 5 Maret 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.,
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *E-Wom* terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Rimo Trade Center Denpasar ” 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, 28 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Gede Agus Diantara

NIM. 2017041108

MOTTO

**“Memikirkan Kegagalan Hanya Membuang Waktumu
Banyak Orang Memulai Dari Jalan Yang Berbeda
Temukan Takdirmu”**



PRAKATA

Penulis panjatkan rasa puji dan syukur yang diberikan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat dan rahmat yang telah diberikan dapat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Rimo Trade Center Denpasar”** Tujuan dari penyusunan skripsi yaitu untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Penulis sangat banyak mendapatkan bantuan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., Selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.S.i., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., Selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
- 4) Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., Selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Bapak Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc., Selaku Pembimbing I yang telah memberikan semangat, arahan, motivasi dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
- 6) Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., Selaku Pembimbing II yang telah memberikan semangat, arahan, motivasi dan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
- 7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu bersabar dalam mendidikan dan mengajar serta memberikan informasi selama masa perkuliahan.
- 8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomo beserta staff yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi.

- 9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staff yang telah memberikan pelayanan dan kemudahan dalam memberikan pinjaman buku-buku untuk membantu penyusunan skripsi.
- 10) Kepada semua konsumen Rimo Trade Center yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang disebarakan oleh penulis.
- 11) Kedua orang tua penulis (Putu Arsana dan Ketut Ardani), Saudara perempuan (Ni Kadek Ayu Diantari) dan keluarga besar penulis yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi serta bantuan selama penyelesaian skripsi.
- 12) Kepada Luh Ayu Yuliasih, S.Tr. Ak., CFTR. Selaku orang istimewa yang selalu menemani, memberikan arahan, motivasi dan dukungan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sangat sadar bahwa apa yang disajikan dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Penulis mengharapkan untuk adanya kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun dan membantu untuk menyempurnakan skripsi ini. Di harapkan, dengan adanya skripsi ini semua pihak khususnya pengembangan dunia pendidikan akan merasakan manfaatnya.

Singaraja, 20 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

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	9
1.3. Pembatasan masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1. Deskripsi Teoritis.....	12
2.1.1. <i>Black Box Theory</i>	12
2.1.2. Keputusan Pembelian	13
2.1.3. Kualitas Produk.....	17
2.1.4. Citra Merek	19
2.1.5. <i>Electronic Word Of Mouth (E-Wom)</i>	20
2.2. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	21
2.3. Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1. Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.3.2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3. Hubungan <i>E-Wom</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4. Kerangka Berpikir	24
2.5. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2. Rancangan Penelitian	27
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.4.2. Kisi kisi instrument penelitian	31
3.5. Metode dan Teknik Analisis Data.....	32
3.5.1. Uji Kualitas Data	32
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	33
3.5.3. Pengujian Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Deskripsi Data	40
4.1.1. Gambaran Umum dan Karakteristik Responden	40
4.1.2. Pengujian Kualitas Data.....	42
4.2. Pengujian Asumsi Klasik.....	45
4.3. Pengujian hipotesis.....	50
4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.3.2. Uji Koefisien Determinasi	52
4.3.3. Uji F (Secara Simultan)	53
4.3.4. Uji t (Secara Parsial).....	54
4.4. Hasil dan Pembahasan.....	56
4.4.1. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian.	56
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.	59
4.4.4. Pengaruh <i>E-Wom</i> terhadap Keputusan Pembelian Laptop.....	61
4.5. Implikasi	62
BAB V PENUTUP.....	65
5.1. Rangkuman.....	65
5.2. Simpulan.....	66

5.3. Saran	67
DAFTAR RUJUKAN	68
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Komparasi Top Brand Index Laptop 2019-2023	2
Tabel 1. 2	Penjualan Laptop Asus 2023	4
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3. 2	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	31
Tabel 4. 1	Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2	Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 3	Hasil Kuisisioner Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 4	Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendapatan	42
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 7	Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4. 8	Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4. 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4. 10	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4. 11	Hasil Uji Koefesien Determinasi (Adjusted R Square)	53
Tabel 4. 12	Hasil Uji F	54
Tabel 4. 13	Hasil Uji t	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Bulanan Asus 2021-2023	4
Gambar 2. 1 Model Perilaku Pembelian	13
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir Penelitian	25
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Dengan Histogram.....	47
Gambar 4. 2 Grafik <i>P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01 Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 02 Data Responden	73
Lampiran 03 Tabulasi Data Responden	77
Lampiran 04 Hasil Uji Kualitas Data	93
Lampiran 05 Hasil Uji Asumsi Klasik	98
Lampiran 06 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	101
Lampiran 07 Dokumentasi	102

