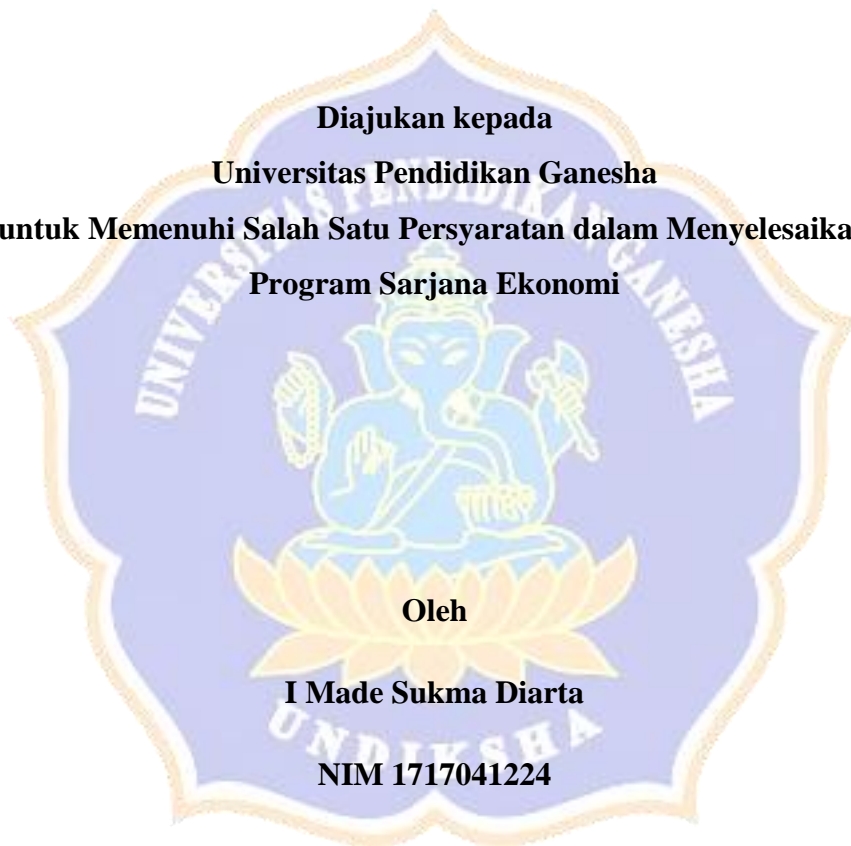


**PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP MEREK
ASUS DI KOTA TABANAN**

SKRIPSI

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



Oleh

I Made Sukma Diarta

NIM 1717041224

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

2021

SKRIPSI

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



Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E, M.Si.
NIP. 198502202010121007

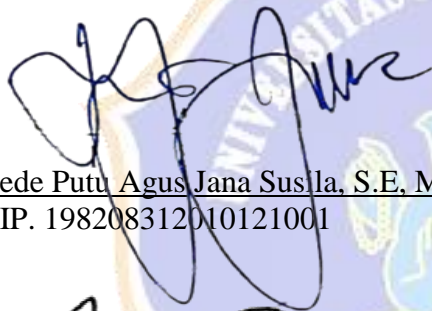
Gede Putu Agus Jana Susila, S.E, MBA.
NIP 198208312010121001

Skripsi oleh I Made Sukma Diarta ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 19 Maret 2021

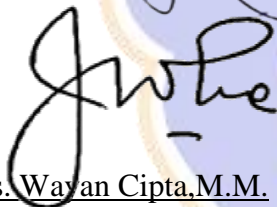
Dewan Penguji



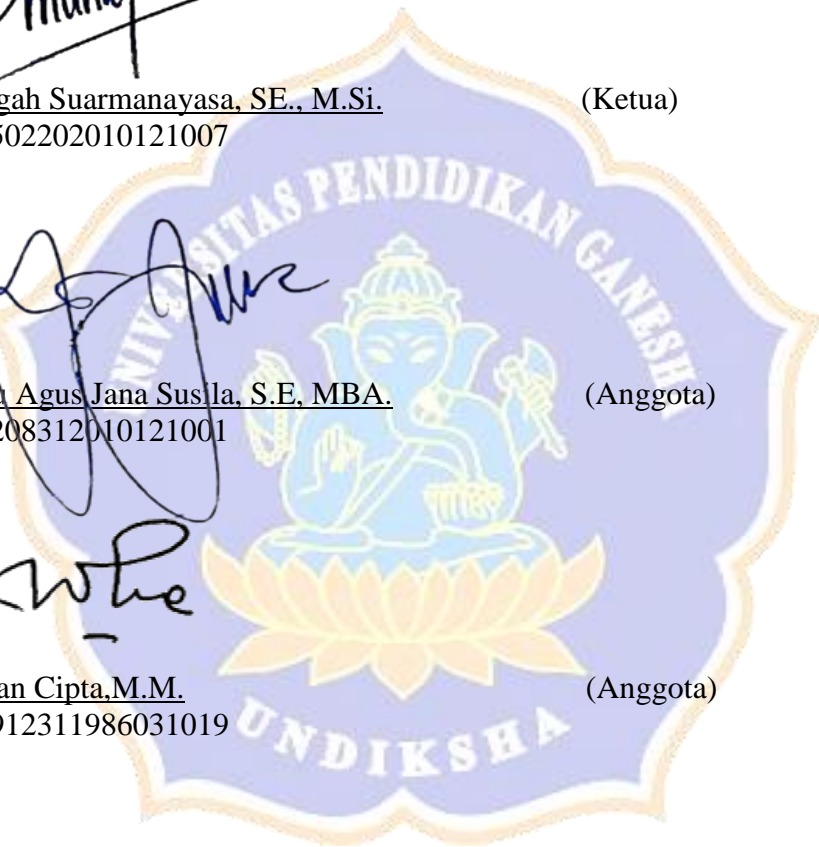
Dr. I Nengah Suarmanayasa, SE., M.Si. (Ketua)
NIP. 198502202010121007



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA. (Anggota)
NIP. 198208312010121001



Drs. Wayan Cipta, M.M. (Anggota)
NIP. 195912311986031019



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

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 19 Maret 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian,



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

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015031001

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 *Brand Equity* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Kota Tabanan” 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 risiko/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, 20 Maret 2021
Yang membuat pernyataan,




I Made Sukma Diarta
NIM. 1717041124

PRAKARTA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmatNya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Equity* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus di Kota Tabanan”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

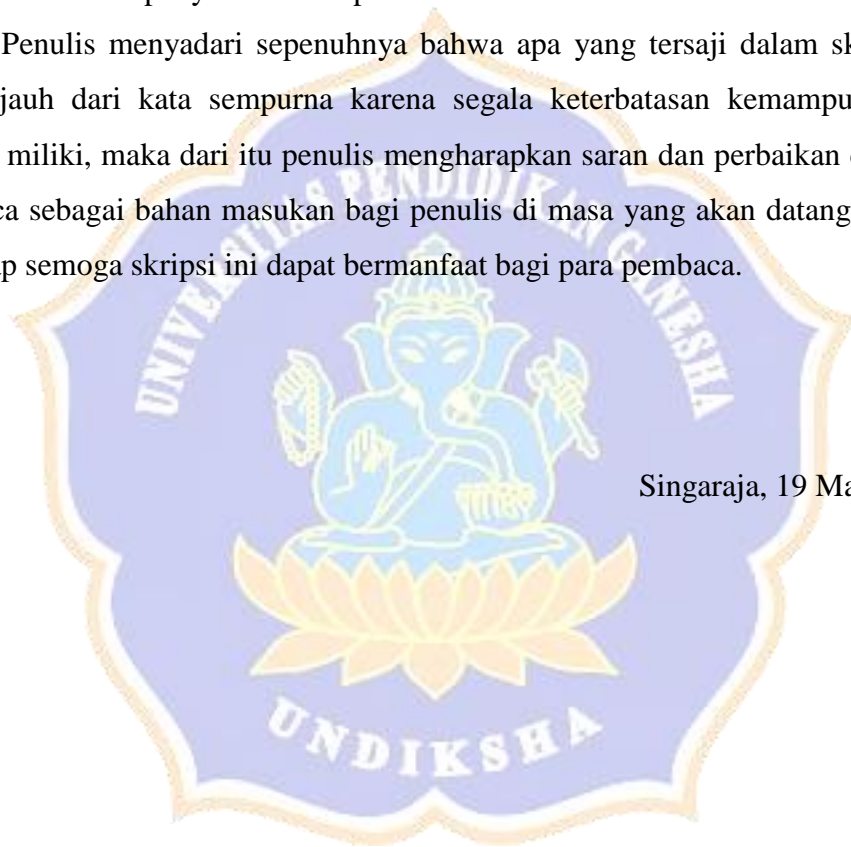
Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

- 1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dan selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesainya skripsi ini.
- 4) Komang Krisna Heryanda, S.E.,M.M selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan solusi ketika penulis mengalami masalah dalam kegiatan perkuliahan.
- 5) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E, MBA. selaku pembimbing II yang dengan segala ketulusan dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan sampai terselesainya skripsi ini.
- 6) Bapak dan ibu dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- 7) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang perkuliahan.
- 8) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang

dibutuhkan selama penyusunan skripsi.

- 9) Yang istimewa Bapak (I Ketut Asitika Arimbawa) Ibu (Ni Nyoman Ratmini). Selaku orang tua penulis yang tiada henti dalam memberikan motivasi dan nasehat berupa moral dan material.
- 10) Teman - teman kelas F Manajemen angkatan 2017 yang selalu bersedia berbagi cerita dan pengalaman selama proses penyusunan skripsi maupun saat perkuliahan.
- 11) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena segala keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan perbaikan dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.



Singaraja, 19 Maret 2021

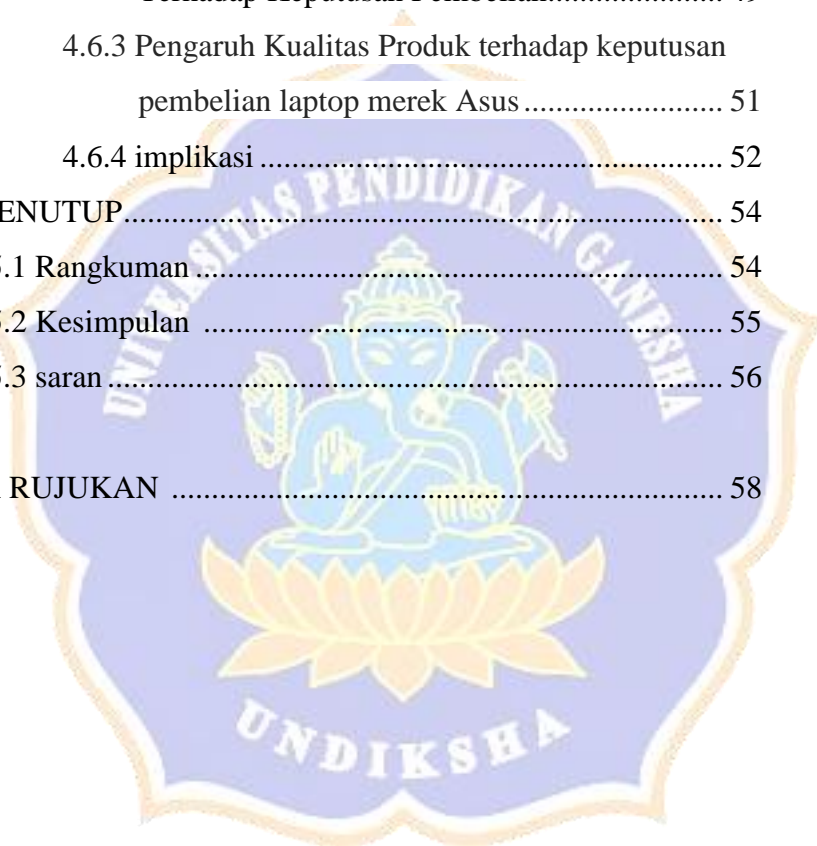
Penulis

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.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 kajian Teori.....	11
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2.2. <i>Brand Equity</i>	14
2.2. 1 Pengertian <i>Brand Equaity</i>	14
2.2.2 Dimensi <i>Brand Equity</i>	14
2.2.3 Indikator <i>Brand Equity</i>	14
2.3 Kualitas Produk.....	15
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	15
2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	16
2.4 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.4.1 Hubungan <i>Brand Equitas</i> dan kualitas produk	

terhadap keputusan pembelian.....	18
2.4.2 Hubungan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian	18
2.4.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.5 Hasil Penelitian yang Relevan	20
2.6 Kerangka Berpikir.....	21
2.7 Hipotesis	23
BAB III Metode Penelitian	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2 Rencana Penelitian	26
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	29
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	29
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.7.3 Koefisien Determinan (R^2)	37
7.7.3 Pengujian Hipotesis	37
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	40
4.1 Deskripsi Data	40
4.2 Pengujian Asumsi	41
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	42
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.4 Koefisien Determinan.....	47
4.5 Pengujian Hipotesis	47
4.5.1 Pengaruh Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	47

4.5.2 Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	48
4.6.1 Pengaruh Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.6.2 Pengaruh Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus	51
4.6.4 implikasi	52
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Rangkuman	54
5.2 Kesimpulan	55
5.3 saran	56
DAFTAR RUJUKAN	58



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Laporan Penjualan Toko bali Nirmala komputer di Tabanan Bulan Mei-juli 2020	2
Tabel 1.2 Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian	4
Tabel 1.3 Observasi Awal Variabel Brand Equity	5
Tabel 1.4 Observasi Awal Variabel Kualitas Produk	7
Tabel 2.1 Studi Empiris dengan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel Penelitian	27
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel kecil	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	31
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Peneitian sampel kecil....	33
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Peneitian sampel Besar ..	33
Tabel 4.1 Gambaran umum responden bedasarkan jenis kelamin	40
Tabel 4.2 Gambaran umum responden bedasarkan umur	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Dengan <i>One-Sample Kolmogorov- Smirnov Tes</i>	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	43
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	44
Tabel 4.6 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran tentang Pengaruh <i>Brand Equity</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian laptop asus di tabanan	23
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik Histogram P-Plot	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Data penjualan Toko Bali Nirmala di Tabanan	60
Lampiran 02. Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 03: Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel <i>Equitas</i> <i>Merek (X1)</i> dan Keputusan Pembelian (<i>X2</i>) terhadap Keputusan Pembelian (<i>Y</i>)	63
Lampiran 04 : Hasil Data Ordinal Pernyataan Responden Sampel Kecil.....	67
Lampiran 05 : Hasil Data Ordinal Pernyataan Sampel Besar	69
Lampiran 06 :Distribusi Nilai R_{tabel} Signifikansi 5% Dan 1%	74
Lampiran 07 Deskripsi Data Responden.....	75
Lampiran 08 : Hasil <i>Output</i> Perhitungan Spss 20 <i>For Windows</i> <i>Brand Equity (X1)</i> , Kualitas Produk (<i>X2</i>) Dan Keputusan Pembelian (<i>Y</i>).....	76
Lampiran 09. Hasil Uji Asumsi Klasik Dan Regresi Linier Berganda <i>Output</i> Spss 20 <i>For Windows</i> , <i>Brand</i> <i>Equity (X1)</i> ,Kualitas Produk (<i>X2</i>) Dan Keputusan Pembelian (<i>Y</i>).....	84
Lampiran 10. Struktur Hubungan Pengaruh Brand Equity Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	88