



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PEMBELI  
LAPTOP ASUS DI JAKARTA SELATAN)**

**SKRIPSI**

**RAMDHAN MAULANA**

**1610111179**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PEMBELI  
LAPTOP ASUS DI JAKARTA SELATAN)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**

**RAMDHAN MAULANA**

**1610111179**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama :Ramdhan Maulana

NIM : 1610111179

Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 6 Februari 2021

Yang menyatakan,



Ramdhan Maulana

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academia Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ramdhan Maulana  
NIM : 1610111179  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen Program Sarjana  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 6 Februari 2021

Yang menyatakan,



Ramdhan Maulana

# PENGESAHAN

## Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan)

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**RAMDHAN MAULANA**

**1610111179**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 6 Februari 2021  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk di terima



Yuliniar, SE, MM  
Ketua Penguji



Dra. Pusporini, MM  
Penguji I



Lina Aryani, SE, MM  
Penguji II



Dr. Desmintari, SE, MM  
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, SE, MM  
Ketua Program Studi  
Manajemen Program  
Sarjana

# ***Effect of Product Quality, Price and Brand Image on Purchasing Decisions (Case Study of Asus Laptop Buyers in South Jakarta)***

**By Ramdhan Maulana**

## ***Abstract***

*This research is a research that measures and measures the effect of product quality, price and brand image on purchasing decisions. The population of this research is Asus laptop consumers who live and do activities in South Jakarta. The sample taken is 75 respondents, using a non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data collection was taken by distributing questionnaires online in the form of google. The analysis technique used is the analysis of the analysis method through PLS (Partial Least Square), namely SmartPLS 3. The results of this study indicate that (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.332, (2) price has a positive and significant effect. Purchase decision decisions with a path coefficient of 0.280, (3) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.315. With the resulting Adjusted R-Square of 0.707. With the conclusion that it is known, proven and analyzed that product quality, price and image have a significant effect on the purchase decision of Asus laptops in South Jakarta.*

***Keywords:*** *Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Decision*

# **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan)**

**Oleh Ramdhan Maulana**

## **Abstrak**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini yaitu konsumen laptop Asus yang tinggal dan beraktifitas di wilayah Jakarta Selatan. Sampel yang diambil yaitu 75 responden, menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data diambil dengan cara melakukan penyebaran kuesioner online berbentuk *google form*. Teknik analisa yang digunakan ialah metode analisa inferensial melalui PLS (*Partial Least Square*) yaitu SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,332, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,280, (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,315. Dengan Adjusted R-Square yang dihasilkan sebesar 0,707. Dengan kesimpulan bahwa telah diketahui, dibuktikan dan di analisa bahwa kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Asus di Jakarta Selatan.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan.)” berhasil diselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih kepada: Ibu Dr. Dian Wicakasih Arieftiara, SE. Ak, M.Ak, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen. Bapak Wahyudi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah membimbing penulis baik di bidang akademik maupun organisasi. Ibu Lina Aryani, SE, MM dan Ibu Dra. Heni Nastiti, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dan motivasi yang sangat bermanfaat selama penulis menyusun skripsi ini. Ibu Marlina, SE, MM dan Bapak Zackharia Rialmi, SIP, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi, saran dan nasihat yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa di UPN Veteran Jakarta. Serta tidak lupa kepada bapak-ibu dosen dan tenaga kependidikan yang telah membantu penulis menyelesaikan perkuliahan sampai lulus dari UPN Veteran Jakarta. Disamping itu, penulis ucapkan terima kasih kepada Ayah Munfangat dan Ibu Linda Hayati selaku orang tua tercinta dan tersayang serta kakak Desti Hardiyanti yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada sahabat-sahabat dan teman yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi penulis.

Jakarta, 21 Januari 2021

Ramdhan Maulana



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	i
HALAMAN SAMBUNG .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
PENGESAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
I.1     Latar Belakang .....	1
I.2     Rumusan Masalah .....	6
I.3     Tujuan Penelitian .....	7
I.4     Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
II.1    Hasil Penelitian Sebelumnya.....	8
II.1.1    Tabel Matriks .....	13
II.2    Landasan Teori.....	14
II.2.1    Pemasaran .....	14
II.2.2    Keputusan Pembelian.....	16
II.2.2.1    Proses Keputusan Pembelian .....	16
II.2.2.2    Tahapan Keputusan Pembelian .....	18
II.2.2.3    Indikator Keputusan Pembelian .....	21
II.2.3    Kualitas Produk.....	22
II.2.3.1    Dimensi Kualitas Produk .....	23
II.2.3.2    Indikator Kualitas Produk .....	24
II.2.4    Harga .....	26
II.2.4.1    Penetapan Harga.....	27
II.2.4.2    Tujuan Penetapan Harga .....	27
II.2.4.3    Indikator Harga .....	28
II.2.5    Citra Merek .....	29
II.2.5.1    Manfaat Citra Merek .....	30
II.2.5.2    Dimensi Citra Merek.....	31
II.2.5.3    Indikator Citra Merek.....	32
II.3    Model Penelitian Empirik .....	34
II.3.1    Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian .....	35
II.3.2    Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian .....	35
II.3.3    Pengaruh Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	35
II.4    Hipotesis.....	36
<b>BAB III    METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>

III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
III.1.1	Definisi Operasional.....	37
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	37
III.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	38
III.2.1	Populasi .....	38
III.2.2	Sampel.....	38
III.3	Metode Pengumpulan Data .....	39
III.3.1	Jenis Data .....	39
III.3.2	Sumber Data.....	39
III.3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
III.4	Teknik Analisa Data .....	41
III.4.1	Uji Validitas .....	41
III.4.1.1	Analisis Data Deskriptif.....	41
III.4.1.2	Analisis Inferensial.....	43
III.4.2	Uji Hipotesis.....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
IV.1.1	Sejarah ASUS.....	49
IV.2	Deskripsi Data Penelitian .....	52
IV.2.1	Deskripsi Data Responden .....	52
IV.2.2	Analisis Data Deskriptif .....	55
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	60
IV.3.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	60
IV.3.1.1	Uji Validitas dan Realibilitas .....	61
IV.3.1.2	Uji Validitas Konvergen.....	61
IV.3.1.3	Uji Validitas Diskriminan .....	62
IV.3.1.4	Uji Realibilitas .....	63
IV.3.1.5	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	64
IV.3.1.6	R Square ( $R^2$ ) .....	64
IV.3.1.7	Q Square.....	65
IV.3.2	Uji Hipotesis.....	65
IV.3.2.1	Uji t-Statistik .....	65
IV.4	Pembahasan.....	67
IV.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
IV.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
IV.4.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	70
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
V.1	Simpulan .....	72
V.2	Keterbatasan Penelitian .....	72
V.3	Saran.....	73
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>77</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Top Brand Index .....	4
Tabel 2.	Market Share 2016-2018 .....	5
Tabel 3.	Matriks Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 4.	Pengukuran Variabel Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 5.	Skala Likert. ....	40
Tabel 6.	Kisi-Kisi Instrument Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 7.	Peringkat Jawaban Kuesioner .....	41
Tabel 8.	Interpestasi Nilai Indekss Responden .....	42
Tabel 9.	Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	47
Tabel 10.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	52
Tabel 11.	Karakteristik Responden Menurut Usia .....	53
Tabel 12.	Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan.....	53
Tabel 13.	Karakteristik Resonden menurut Penghasilan.....	54
Tabel 14.	Hasil Respon Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 15.	Hasil Respon Terhadap Variabel Harga.....	56
Tabel 16.	Hasil Respon Terhadap Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 17.	Hasil Respon Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 18.	<i>Outer Loading Factor Output</i> PLS .....	61
Tabel 19.	<i>Fornell-Lar0cekr Criterium</i> .....	62
Tabel 20.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	63
Tabel 21.	<i>Composite Reliability</i> .....	63
Tabel 22.	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	64
Tabel 23.	Nilai <i>R Square</i> .....	65
Tabel 24.	Hasil Uji t-Statistik.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Pengambilan Keputusan .....	18
Gambar 2. Model Penelitian Empirik .....	36
Gambar 3. Langkah-Langkah Analisis PLS.....	44
Gambar 4. Konstruksi Diagram Jalur .....	45
Gambar 5. <i>Outer Model</i> .....	60
Gambar 6. <i>Inner Model</i> .....	66

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. R table dan T table
- Lampiran 3. Data Kuesioner 75 Responden
- Lampiran 4. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 7. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 9. Bukti Sebar