

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP
MEREK ACER (Studi Kasus pada Siswa Kelas 2 IPS SMA 1
Kawedanan Kab. Magetan)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
Untuk Menyelesaikan Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun oleh:

Nama : Dodik Setiawan

N I M : 12412868

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap
Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer (Studi Kasus pada
Siswa kelas 2 IPS SMA 1 Kawedanan Kab. Magetan)

Nama : Dodik Setiawan

N I M : 12412868

Program Studi : Manajemen

Bidang : Pemasaran

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

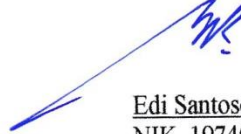
Ponorogo, 10 Oktober 2016

Pembimbing I



Dra. Umi Farida, MM
NIK. 1961011019911213

Pembimbing II



Edi Santoso, SE, MM
NIK. 1974031120010312

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

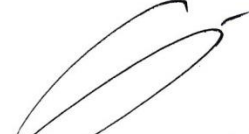


Titi Rapini, SE., MM.
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji



Dra. Umi Farida, MM
NIK. 1961011019911213



Drs. H. Setyo Adji, MM
NIK. 1952051019860111



Drs. Ec. Purwanto, MM
NIK. 1953102419930914

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya pengguna laptop merek acer yang diproduksi dengan fitur yang canggih dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam aktivitas sehari-hari. Laptop memberi kemudahan karena model yang kecil dan ringan sehingga mempermudah untuk menggunakan dimana pun dan kapan pun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui harga (X1) kualitas produk (X2) dan citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) laptop merek Acer siswa kelas 2 IPS di SMA 1 Kawedanan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli atau menggunakan laptop merek Acer. Sampel dalam penelitian ini adalah 46 siswa atau responden. Jenis datanya adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji coba kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($3,756 > 2,015$) dan nilai signifikan sebesar 0,01 ($\text{sig} < 0,05$), kualitas produk (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($3,239 > 2,015$) dan nilai signifikan sebesar 0,02 ($\text{sig} < 0,05$), citra merek (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($4,226 > 2,015$) dan nilai signifikan sebesar 0,00 ($\text{sig} < 0,05$). Harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan f hitung $>$ f tabel ($2,844 > 2,014$). Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah citra merek, kemudian diikuti variabel harga, dan yang terakhir adalah kualitas produk.

Kata Kunci : harga, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ACER (STUDI KASUS PADA SISWA KELAS 2 IPS SMA 1 KAWEDANAN)”** dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Sulton, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dra. Umi Farida, MM. selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan terhadap penulisan dan penyusunan skripsi ini.
4. Edi Santoso, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Dosen, seluruh staf administrasi di Fakultas Ekonomi, dan seluruh staf di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah membantu demi kelancaran penulisan dan penyusunan skripsi ini.
6. Kepala sekolah SMA 1 Kawedanan yang telah menyediakan tempat penelitian dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak, dan Ibu, tercinta terima kasih atas segala dukungan, motivasi, selalu menemaniku dalam mengerjakan skripsi ini, dan tak luput setiap doa yang selalu engkau panjatkan untuk menemani setiap langkahku.
8. Teman-temanku yang telah berbagi ilmu, informasi dan memberikan semangat selama penyelesaian skripsi ini, semoga apa yang kita dapatkan selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Ponorogo menjadi hal yang berguna baik di masa sekarang maupun yang akan datang.
9. Para responden SMA 1 Kawedanan khususnya kelas 2 IPS.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, atas dukungan yang telah diberikan saya ucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian, serta keterbatasan penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas kesalahan ataupun kekurangan dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya semoga Allah SWT memberikan karunia, limpahan rahmat dan berkat-Nya atas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Harapan peneliti semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Wassalamualaikum wr. wb.

Ponorogo, September 2016
Peneliti

Dodik Setiawan

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya asli saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, September 2016



Dodik Setiawan

NIM 12412868



MOTTO

*Jangan pernah menyia-nyiaikan waktu yang kamu anggap
itu nothing padahal itu everything*

*Anak yang baik adalah mereka yang tidak mau mengecewakan
orangtua dalam hal apapun*

*Biarkanlah kebaikan menjadi rahasiamu dengan
tuhanmu selayaknya kamu menyembunyikan dosamu*

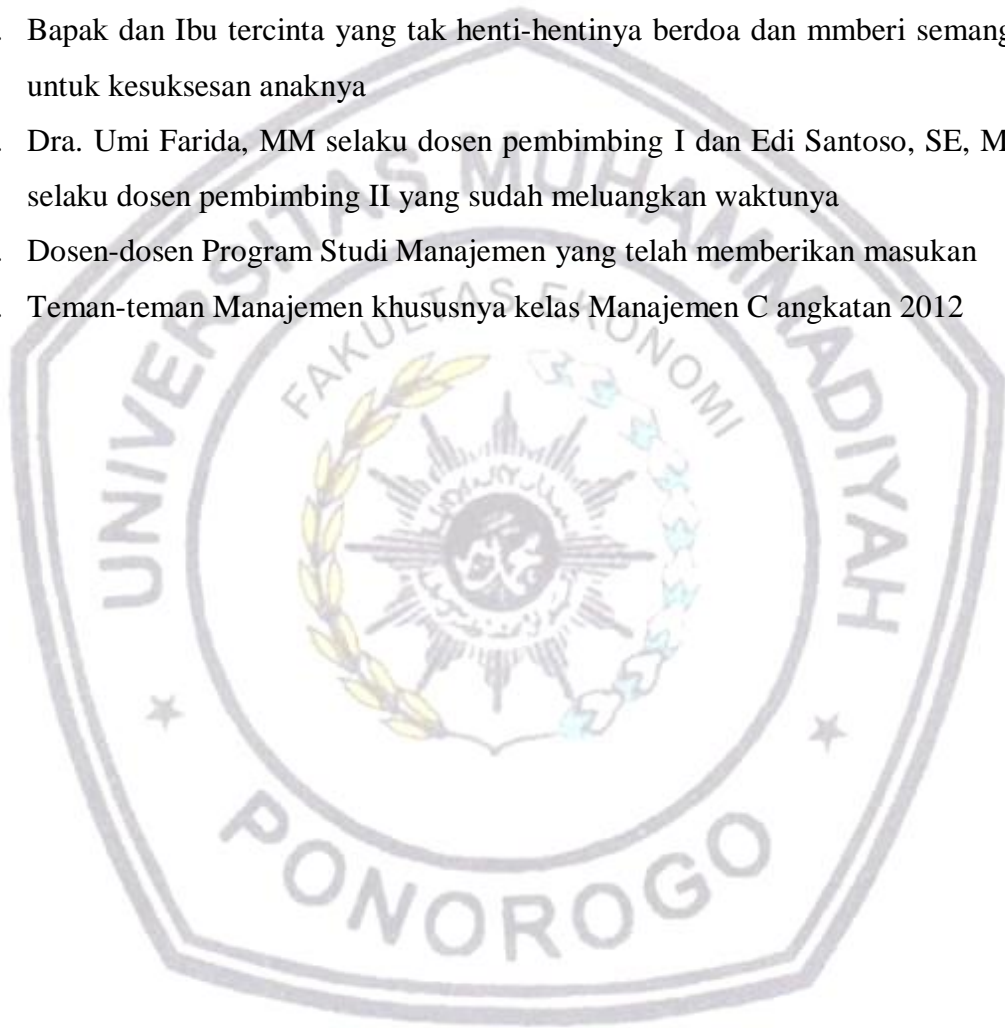
(Dodik Setiawan)
12412868



HALAMAN PERSEMBAHAN

Terselesainya skripsi ini tak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti persembahkan skripsi ini untuk:

1. Almamater tercinta Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak dan Ibu tercinta yang tak henti-hentinya berdoa dan mmberi semangat untuk kesuksesan anaknya
3. Dra. Umi Farida, MM selaku dosen pembimbing I dan Edi Santoso, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang sudah meluangkan waktunya
4. Dosen-dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan masukan
5. Teman-teman Manajemen khususnya kelas Manajemen C angkatan 2012



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian	vi
Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Tujuan Penelitian	7
1.4.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3. Keputusan Pembelian	11
2.1.3.1. Definisi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.3.2. Tahapan Keputusan Pembelian	12
2.1.4. Marketing Mix	13
2.1.4.1. Pengertian Marketing Mix	13
2.1.4.2. Gambaran Empat P Pemasaran	14
2.1.4.3. Keterangan	14

2.1.5. Harga	15
2.1.5.1. Pengertian Harga	15
2.1.5.2. Tujuan Penetapan Harga	16
2.1.6. Kualitas Produk	17
2.1.6.1. Definisi Kualitas Produk	17
2.1.7. Citra Merek	18
2.1.7.1. Pengertian Citra Merek	18
2.1.8. Perilaku Konsumen	19
2.1.8.1. Karakteristik Perilaku Konsumen	20
2.1.9. Kerangka Pemikiran	24
2.1.10. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Ruang Lingkup	26
3.1.1.1. Ruang Lingkup Penelitian	26
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel	26
3.3. Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1. Jenis Data	27
3.3.2. Sumber Data	27
3.4. Metode Pengumpulan Data	28
3.4.1. Observasi	28
3.4.2. Kuesioner	28
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.5.1. Definisi Operasional	29
3.5.2. Variabel Terikat	29
3.6. Metode Analisis Data	31
3.6.1. Metode kuantitatif	31
3.6.2. Uji Instrumen	32
3.6.2.1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	32
3.6.3. Analisis regresi linier berganda	33

5.1. Kesimpulan	58
5.2. Keterbatasan dan Saran	59
5.2.1. Keterbatasan Penelitian	59
5.2.2. Saran	60
5.2.2.1. Bagi Pihak Bank	60
5.2.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Uji Validitas	39
Tabel 4.2 Uji Reabilitas	40
Tabel 4.3 Rincian Pembagian dan Pengumpulan Kuesioner	41
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.5 Usia Responden	43
Tabel 4.6 Deskriptif Berdasarkan Kelas 2 Ips 1	43
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.8 Jawaban Responden Kuesioner Harga (X1)	45
Tabel 4.9 Jawaban Responden Kuesioner Kualitas Produk (X2)	46
Tabel 4.10 Jawaban Responden Kuesioner Citra Merek (X3)	47
Tabel 4.11 Jawaban Responden Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda	49
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefesien Determinasi	51
Tabel 4.14 Hasil Uji F	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	24



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A. Kuesioner Penelitian
- Lampiran B. Rekap Jawaban Responden
- Lampiran C. Tabel Validitas
- Lampiran D. Tabel Frekuensi Responden
- Lampiran E. Tabel Corelasi
- Lampiran F. Tabel Reabilitas
- Lampiran G. Tabel Regresi

