

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ASUS
(Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pelita Bangsa Cikarang)**

SKRIPSI



OLEH :
WAWAN WIBOWO
112010425

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHDAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA
PADA KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ASUS
(Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Pelita Bangsa Cikarang)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyesaikan Program Sarjana

SKRIPSI



OLEH :
WAWAN WIBOWO
112010425

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, dosen pembimbing skripsi :

Nama Mahasiswa : Wawan Wibowo

Nim : 112010425

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Laptop Asus (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa Cikarang)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian tugas akhir skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 16 Juli 2024
Pembimbing



Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M
NDIN : 0313037903

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN
PELANGGAN LAPTOP ASUS**
(Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas pelita
Bangsa Cikarang)

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Wawan Wibowo
112010425

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

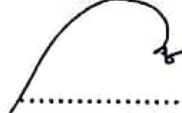
SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Dr. Rahmat Hidayat, S.Pd.,M.M
NIDN: 0417018402

Tanda Tangan

.....

Anggota Penguji
Rizqon Hoeroni, S.Fil.I.,M.M
NIDN: 0420058102

Tanda Tangan

.....

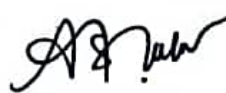
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wawan Wibowo
NIM : 112010425
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Laptop Asus

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil dari karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang nsaya kutip dari hasil karya orang lain telah ditulis sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya tindak plagiatisme didalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia bertanggung jawab untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagai mestinya.

Bekasi, 23 Agustus 2024

Tanda Tangan



Wawan Wibowo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Only you can change your life, nobody else do it for you”

Orang lain tidak akan bisa faham *struggle* dan masa sulit kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

“Pandai berkata-kata hanyalah sebatas kata-kata
Ganti sepatumu dengan sepatuku biar kulihat kau berjalan di jalanku”

“Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan dia sebaik-baik pelindung”

(Q.S Ali ‘Imran : 173)

Karya ini dipersembahkan untuk:

- Orang tua Bapak dan Ibu, saudara-saudara adik-adik dan kakak yang selalu mendoakan dan menginginkan yang terbaik untukku
- Bapak dan ibu Guru/Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
- Serta teman-teman yang senantiasa menyertai perjalanan pendidikan ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa iman, ilmu pengetahuan dan kesehatan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Laptop Asus”. Skripsi ini disusun sebagai tugas dan persyaratan untuk menyelesaikan studi program strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui tulisan ini perkenalkan penulis untuk mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera S.K.M., M.M. selaku ketua Universitas Pelita Bangsa
2. Ibu Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani DS., S.E., M.Sc. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa.
4. Ibu Preatmi Nurastuti S.E., M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial.
5. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan memberikan motivasi.
6. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa angkatan 2020.
7. Dan seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Semoga amal kebaikan yang diberikan dengan penuh keikhlasan akan menjadi amal ibadah disisi Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan tetapi penulis telah berusaha semaksimal mungkin. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun

kearah yang lebih baik senantiasa penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, Agustus 2024
Penulis

Wawan Wibowo

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Kepuasan pelanggan	10
2.1.3. Keputusan Pembelian	13
2.1.4. Kualitas Produk	18
2.1.5. Citra Merek	22
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	24
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	29
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	29
2.3.2 Model penelitian.	36
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Dan Desain Penelitian	38
3.1.1 Jenis Penelitian	38
3.1.2 Desain Penelitian	38
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.3 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel	40
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	40
3.3.2 Pengukuran Variabel	42
3.4 Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel	43
3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1 Jenis Data	44

3.5.2 Sumber Data	44
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Metode Analisis	45
3.6.1 Analisis Outer Model.....	46
3.6.2 Analisa Inner Model.....	46
3.6.3 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1 Sejarah Laptop Asus.....	50
4.1.2 Tipe Dan Model Laptop Asus	49
4.1.3 Gambaran Toko Offline Laptop Asus.....	52
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Analisa Outer Model (Model Pengukuran).....	54
4.2.3 Analisis Inner Model.....	59
4.2.4 Analisa Hipotesis.....	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand index Laptop di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2 Hasil Penelitian Kecil Kepuasan Konsumen Laptop Asus di Lingkungan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa Cikarang	4
Tabel 3. 1 Jadwal kegiatan penelitian	40
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Pembelian Produk	54
Tabel 4. 3 Outer Loading 1	56
Tabel 4. 4 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 4. 5 <i>Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 4. 6 <i>Composite Reliability</i>	59
Tabel 4. 7 R-Square.....	59
Tabel 4. 8 Path Coeficient.....	60
Tabel 4. 9 <i>Special Indirect Effect</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Penelitian Kecil Kepuasan Konsumen Laptop Asus di Lingkungan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa Cikarang.....	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	37
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	39
Gambar 4. 1 Logo Laptop Asus	49
Gambar 4. 2 Model Laptop Asus Vivobook	50
Gambar 4. 3 Laptop Asus Zenbook	50
Gambar 4. 4 Tipe Laptop Asus Mainstream (Seri E, X, K, dan F).....	51
Gambar 4. 5 Asus ROG (Republik Gamer)	52
Gambar 4. 6 Toko Offline Laptop Asus	53
Gambar 4. 7 <i>Path Outer Model</i>	55
Gambar 4. 8 Hasil Outer Loading	57
Gambar 4. 9 Hasil Hipotesis Bootstrapping.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Kuesioner	80
Lampiran 2: Tabulasi Hasil Angka Responden	91
Lampiran 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	105
Lampiran 4 : Hasil Olah Data SmartPLS 4.1 (<i>Outer Model</i>) <i>Outer Loading</i>	106
Lampiran 5 : Hasil Olah Data SmartPLS 4.1 (<i>Inner Model</i>)	107
Lampiran 6 : Uji Hipotesis	107
Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup	109

*The Influenc Of Product Qualidty A Brand Image On Purchasing Decisions And
Its Impact On Asus Laptop Customer Satisfaction
(Survey of Students at the Faculty of Economics and Business, Pelita Bangsa
University, Cikarang)*

Wawan Wibowo ¹⁾
Anna Wulandari ²⁾

Abstact

This research was conducted because the product quality and brand image of Asus laptops are quite consistent when compared to other laptop brands. Someone decides to buy a laptop, especially the Asus brand, based on several reasons such as product quality and brand image, this will determine the purchasing decision which has an impact on satisfaction. Asus laptop market share tends to be stable every year and has not experienced a decline. This is the reason for conducting research on purchasing decisions that have an impact on customer satisfaction. The type of research used is exploratory research with a quantitative approach. The location of this research was carried out at the Faculty of Economics and Business, Pelita Bngsa University, Cikarang. The population in this study were all students from the Faculty of Economics and Business, Pelita Bangsa University, Cikarang who used Asus products and a sample of 100 respondents was taken as the research sample. The data collection method was carried out by distributing questionnaires. The data analysis technique used is Path Analysis. The results of the research show that product quality has a significant effect on purchasing decisions with a P Value of 0.010 and a t statistic of 2.591, product quality has a significant effect on customer satisfaction with a P Value of 0.003 and a t statistic of 3.007, brand image does not have a positive effect on purchasing decisions with a P Value 0.069 and the t statistic is 0.820, so it is declared not significant, brand image has no positive influence on customer satisfaction, it has a P Values value of 0.481 and the t statistic is 0.705, it is declared not significant, purchasing decisions have a positive and significant influence on customer satisfaction, it has a P Values value of 0.000 and a t statistic of 5.723 then it is declared significant, product quality has a significant effect on purchasing decisions which have an impact on customer satisfaction has a P Values value of 0.031 and t statistics is 2.159 then it is declared significant, brand image on purchasing decisions which has an impact on customer satisfaction has no positive effect has a P Values value of 0.073 and t statistics 1,793 then it is declared not significant.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Buying Decisions, Customer Satisfaction*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN
PELANGGAN LAPTOP ASUS
(Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Pelita Bangsa Cikarang)**

**Wawan Wibowo ¹⁾
Anna Wulandari ²⁾**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena kualitas produk dan citra merek yang terdapat di laptop Asus cukup konsisten jika dibandingkan dengan merk laptop lain. Seseorang memutuskan membeli laptop khususnya merk Asus didasari oleh beberapa alasan seperti kualitas produk dan citra merek, hal tersebut akan menentukan keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan. *Market share* laptop Asus cenderung stabil setiap tahunnya dan belum mengalami penurunan. Hal ini yang menjadi alasan untuk melakukan penelitian tentang keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratori dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa Cikarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa Cikarang yang menggunakan produk Asus dan diambil sampel sebanyak 100 orang responden yang dijadikan sampel penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Path Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai P Values 0.010 dan t statistik 2.591, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mempunyai nilai P Values 0.003 dan t statistik 3.007, citra merek tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian memiliki nilai P Values 0.069 dan t statistik 0.820 maka dinyatakan tidak signifikan, citra merek tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai P Values 0.481 dan t statistik 0.705 maka dinyatakan tidak signifikan, keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai P Values 0.000 dan t statistik 5.723 maka dinyatakan signifikan, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan pelanggan memiliki nilai P Values 0.031 dan t statistik 2.159 maka dinyatakan signifikan, citra merek terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif memiliki nilai P Values 0.073 dan t statistik 1.793 maka dinyatakan tidak signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kepuasan pelang