

SKRIPSI

**PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ACER PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

RIMA PRATIWI

NPM. 1801110008.P

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ACER PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

RIMA PRATIWI

NPM. 1801110008.P

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**


2022


UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RIMA PRATIWI
Nomor Pokok/NIM : 1801110008.P
Jurusan/ Prog.Studi : Ekonomi/Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran.
Judul Skripsi : Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 19 Oktober 2022 Pembimbing I :  Lusia Nargis, SE, M.Si
NIDN : 02221116101

Tanggal 12 Oktober 2022 Pembimbing II :  Frecilia Nanda Melvani, SE, MM
NIDN : 0205069001

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal 19 Oktober 2022



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen,

Tanggal 19 Oktober 2022



Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN : 0222096301

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : RIMA PRATIWI
Nomor Pokok/NIM : 1801110008.P
Jurusan/ Prog.Studi : Ekonomi/Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran.
Judul Skripsi : Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

Penguji Skripsi

Tanggal 19 Oktober 2022 Ketua Penguji : Lusia Nargis, SE, M.Si
NIDN : 02221116101

Tanggal 12 Oktober 2022 Penguji I : Frecilia Nanda Melvani, SE, MM
NIDN : 0205069001

Tanggal 12 Oktober 2022 Penguji II : Rudi Chairudin, SE, MP
NIDN:0202026201

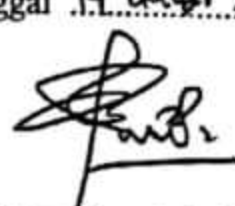
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi
Tanggal 19 Oktober 2022



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen,
Tanggal 19 Oktober 2022



Mariyam Zanariah, SE, MM
NIDN : 0222096301

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Kalau anda berani. Anda akan mencapai yang besar. Dan kalau anda sabar. Anda akan mencapai yang tadinya tidak mungkin
(marioteguh)

Kupersembahkan Kepada:

- Orang Tua Tercinta
- Saudara-saudaraku
Tersayang
- Sahabat dan Teman
Seperjuangan
- Kedua Pembimbingku
- Para Pendidikku yang ku
hormati
- Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIMA PRATIWI
Nomor Pokok : 1801110008.P
Angkatan : 2018
Fakultas : Ekonomi
Program Study : Manajemen Pemasaran
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Skripsi : Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 29 Agustus 2022

Penulis


RIMA PRATIWI

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran ALLAH SWT, karna berkat rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang, Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada jurusan Manajemen pada Universitas Tridinanti Palembang

Pada kesempatan ini peneliti mengambil judul “PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ACER PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG”. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih jauh sempurna, hal ini dikarnakan oleh karnanya terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki, untuk kritik dan saran yang sifatnya membangun peneliti harapkan demi kesempurnaan laporan, semoga laporan yang peneliti buat dapat sangat bermanfaat untuk semua pihak.

Dalam penulisan laporan akhir skripsi inipenulis dibimbing dan diberi arahan atas pihak lembaga, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr.Msy.Mikial, SE,M.Si.Ak,CA,CSRS Dekan Fakultas Tridinanti Palembang
2. Ibu Mariyam Zanariah,SE,MM, Ketua program studi manajemen

3. Ibu Lusia Nargis, SE, M.Si.. Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi dapat di selesaikan.
4. Ibu Frecilia Nanda Melvani, SE, MM. Selaku pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan ibu seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
6. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa dan semangat

Akhir kata, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada ALLAH SWT dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan laporan ini, semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua, Amin Yarobball Alamin.

Palembang, Agustus 2022

Penulis,

RIMA PRATIWI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
RIWAYAT HIDUP.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Merek	8
2.1.3 Kualitas Produk	16
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Penelitian Lain Yang Relevan	22
2.3 Kerangka Berfikir	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27

3.1.1	Tempat Penelitian	27
3.1.2	Waktu Penelitian	27
3.2	Sumber dan Teknik Peumpulan Data	28
3.2.1	Sumber Data	28
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3	Populasi ,Sampel dan Teknik sampling	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel	31
3.4	Rancangan Penelitian	32
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	33
3.5.1	Variabel Penelitian	33
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	34
3.6	Instrumen Penelitian	35
3.7	Uji Instrumen.....	36
3.7.1	Uji Validitas	36
3.7.2	Uji Reliabilitas	36
3.8	Teknik Analisa Data	37
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	37
3.8.2	Analisis Statistik Inferensial	37
3.9	Uji Hipotesis	41
3.9.1	Uji Simultan (Uji F)	41
3.9.2	Uji Parsial (Uji t)	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	44
4.1.1	Deskripsi Profil Responden	44
4.1.1.1	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	44
4.1.1.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.1.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
4.1.2	Hasil Uji Validitas Dan Riliabilitas	46
4.1.2.1	Hasil Uji Validitas	46
4.1.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	50

4.1.3	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	51
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	52
4.1.4.1	Hasil Uji Normalitas	52
4.1.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	53
4.1.4.3	Hasil Uji Heteroskedasitas	54
4.1.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.1.6	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	56
4.1.7	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	57
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	58
4.1.8.1	Uji Simultan (Uji F)	58
4.1.8.2	Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
4.2	Pembahasan	60
4.2.1	Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.2.2	Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		64

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel

1.1 <i>Top Brand Award</i> penjualan pada notebook atau laptop	4
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	23
3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	27
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi operasional	34
3.3 Skala Likert	36
3.4 Kriteria Hubungan Dua Variabel	40
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelami	45
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
4.4 Hasil Uji Validitas Merek (X_1)	47
4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)	48
4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	49
4.7 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.8 Statistik Deskriptif	51
4.9 Uji Multikolinieritas	53
4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.11 Hasil Uji Koefesien Korelasi	56
4.12 Hasil Uji Koefesien Determinasi	57
4.13 Hasil Uji F	58
4.14 Hasil Uji t	59

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar

2.1	Kerangka Berfikir	25
4.1	Uji Normalitas	52
4.2	Uji Heterokedasitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabulasi Pernyataan Kuesioner
3. Fomulir Pengajuan Judul Skripsi
4. Fomulir TA 1
5. Fomulir TA 2
6. Surat Proposal Skripsi
7. Surat Mohon riset
8. Surat Keterangan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas
Tridinanti
9. Lembar Persetujuan Skripsi
10. Riset Balasan
11. Kartu Asistensi Bimbingan Skripsi
12. Kartu Konsultasi Bimbingan Akademik

ABSTRAK

RIMA PRATIWI, Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang (Di bawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, SE, M.Si. dan Ibu Frecilia Nanda Melvani, SE, MM)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 73 orang dari Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang dengan signifikan F sebesar $0,000 < 0,005$. Persamaan regresi linier berganda $Y = 9,930 + 0,444 X_1 + 0,331 X_2$. Terdapat pengaruh secara parsial Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang dengan nilai signifikan $0,003 < 0,005$. Terdapat pengaruh secara parsial Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang dengan nilai signifikan sebesar $0,014 < 0,005$.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Merek, Kualitas Produk

RIWAYAT HIDUP

RIMA PRATIWI, lahir Palembang, 10 Oktober 1995 dari kasbianto dan ibu karyana Anak ke 6 dari 6 bersaudara.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2008 di SD Negeri 268 Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2011 di SMP Negeri 24 Palembang. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2014 di SMA SRIGUNA Palembang, pada tahun 2014 masuk Universitas Bina Darma Palembang, Pada tahun 2017 masuk STIE MDP Palembang dan Pada tahun 2018 melanjutkan Pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Pada tahun 2019 saya mulai bekerja di PT Pertamina Gas sebagai Admin pergudangan.

Palembang, Agustus 2022

RIMA PRATIWI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang terpenting untuk mamajukan jalannya suatu perusahaan. Prestasi di bidang pemasaran dapat menentukan kesuksesan perusahaan. Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan para konsumen mereka. Perkembangan konsep pemasaran itu sendiri tidak terlepas dari tujuan untuk memuaskan kepuasan konsumen. Tujuan pemasaran salah satunya adalah menganalisa, mengevaluasi, menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada sedemikian rupa hingga produk yang dipasarkan dapat terjual dengan sendirinya. Menurut Sudaryono (2016:228) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Jadi itu semua dapat disimpulkan sebagai pemasaran.

Merek sangat mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk membeli laptop yang diinginkan dan sesuai dengan keperluan mereka. Menurut Kotler (2012:122) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing.

Dari pengamatan yang peneliti lakukan kepada mahasiwa Program Studi Manajemen yg terdaftar di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

bahwa mahasiswa umumnya laptop acer sebagai alat yang penting untuk melaksanakan atau mengerjakan tugas akademisnya dan merek pada laptop acer sangat mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan laptop khususnya laptop merek acer, karena laptop merek acer merupakan jenis laptop yang tidak asing lagi dikalangan mahasiswa dan dari pengamatan langsung peneliti bahwa sebagian dari mahasiswa memiliki laptop acer untuk membantu tugas kuliah yang di berikan kepada mereka.

Selain merek, kualitas produk juga mempengaruhi keputusan mahasiswa membeli laptop Menurut Kotler dan Amstrong (2015:224) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan peneliti kepada mahasiswa aktif yang terdaftar Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang dapat disimpulkan kualitas produk menjadi salah satu faktor penyebab mahasiswa membeli laptop yang diinginkan mereka, dengan kualitas produk yang baik dan bagus maka akan mempermudah tugas mahasiswa hal ini sangat mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk membeli laptop yang diinginkannya khususnya laptop merek acer karena sudah terbukti kualitas produknya.

Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, process*.

Pada zaman modern sekarang ini kemajuan teknologi semakin tidak dapat terbendung. Hampir setiap tahun selalu saja bermunculan teknologi-teknologi baru yang semakin memanjakan manusia dalam menjalani kegiatan atau aktivitas sehari-hari. Hal ini diakibatkan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang dari masa ke masa. Sebagai contoh, beberapa tahun yang lalu terdapat komputer PC (*Personal Computer*) yang masih berbentuk tabung (monitor) yakni dengan menggunakan monitor dan CPU sangat membantu manusia dalam mengerjakan pekerjaan. Seiring dengan perkembangan teknologi, PC tersebut mengalami revolusi yakni muncul laptop. Laptop merupakan bentuk komputer yang lebih kecil dibanding PC, laptop tidak perlu menggunakan monitor dan CPU lagi secara terpisah tetapi didalam laptop itu sendiri sudah mencakup monitor serta perangkat komputer yang lain dalam satu komponen. Serta laptop sangat mobile, yang dimaksud mobile disini yaitu laptop sangat mudah dan praktis untuk dibawa pergi tidak seperti PC yang berbentuk besar.

Sekarang ini laptop menjadi sebuah produk wajib yang dimiliki oleh setiap orang tidak terkecuali mahasiswa. Laptop menjadi produk yang sangat dibutuhkan mahasiswa untuk menunjang mobilitas mereka dalam mengerjakan setiap tugas dan laporan yang harus dikerjakan dan dikumpulkan kepada dosen mereka. Produk laptop lebih dipilih oleh mahasiswa daripada PC karena laptop lebih praktis dan mudah dibawa kemana-mana sehingga mereka merasa lebih nyaman menggunakan laptop dibandingkan PC.

Berikut ini akan diuraikan tingkat penjualan pada notebook atau laptop pada tahun 2018 sampai dengan 2020.

Tabel 1.1
***Top Brand Award* penjualan pada notebook atau laptop**
periode 2018-2020

Merek	Tahun 2018 (%)	Tahun 2019 (%)	Tahun 2020 (%)
Acer	31,7%	26,1%	31,2%
Asus	23,6%	25,4%	21,2%
Lenovo	10,9%	10,2%	9,7%
Thosiba	7,1%	4,4%	7,4%

Sumber: www.topbrand-award.com

Top Brand Award adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek pilihan konsumen. *Top Brand Award* didasarkan atas hasil riset terhadap konsumen Indonesia. Dilihat dari tabel 1.1 diketahui bahwa penjualan produk laptop merek Acer tetap berada pada puncak *Top Brand* dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dengan presentasi pada tahun 2018 mencapai 31,7%, pada tahun 2019 mencapai 26,1%, dan pada tahun 2020 mencapai 31,2%. Hal ini menunjukkan konsumen memiliki minat beli yang lebih besar terhadap laptop merek Acer dibandingkan merek lainnya. Namun perlu dicermati, terjadi penurunan angka presentasi terhadap laptop merek Acer pada tahun 2018 sampai 2020 yang dimana pada tahun 2018 mencapai 31,7% dan pada tahun 2020 mencapai 31,2% bahkan pernah turun pada tahun 2019 yang mencapai 26,1% artinya tingkat penjualan laptop merek Acer berbeda setiap tahunnya.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ACER PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka pemasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Merek dan Kualitas Produk Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang?
2. Apakah Merek Berpengaruh Secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang?
3. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Merek dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Merek Secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program

Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademik.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang sumber daya manusia khususnya mengenai Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

2. Bagi Peneliti.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, serta menambah wawasan mengenai Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Internet/Website

- Amstrong. 2015, *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga CV. ANDIOFFSET. Yogyakarta.
- Anwar Sanusi, 2011, *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Arikunto, 2013, *Marketing Managemet*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Assauri, 2015, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Buchari Alma, 2016, *Manajemen Pemasaran: Analisa Keputusan Pembelian* Yogyakarta : BPF
- Basu. Hani, 2014, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.
- Basu. Swastha, 2012, *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. ANDIOFFSET. Yogyakarta
- Dwi Priyatno, 2012, *Uji Asumsi Klasik*. Erlangga. Jakarta
- Fandy. Tjiptono, 2015, *Manajemen Pemasaran Modern Yogyakarta*: Liberty.
- Hani Handoko, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler. Amstrong. 2015, *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty. Basu
- Kotler. 2012, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Kontrol, Jilid 1*, Jakarta, PT. Prehalindo
- Kuncoro, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Rangkuti. 2013, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ratri. 2011, *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. CV. Alfabeta, Bandung*.
- Sugiyono , 2013, *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sopiah. 2013, *Manajemen Bisnis*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Thompson, 2016, *Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian* . Alfabeta, Bandung.

Yamit. 2017, Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

William J. Stanton, 2011, *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks, Jakarta

Sumber Jurnal

Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.

Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018.

Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian mobil (studi kasus mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).

Panjaitan, B. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus.

Sisrahmayanti, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54-65.

Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 163-175.

Wiranto, M. A. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Pakuan) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).