

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA,
PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS
(Studi Pada Pengguna Laptop di Kota Yogyakarta)**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE,
PRICE, PROMOTION AND DISTRIBUTION ON PURCHASE
DECISION OF ASUS'S BRAND LAPTOP
(Study on Laptop User in Yogyakarta City)**



Oleh
**CAHYA PUTRA ARISTA ADI
20130410311**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Cahya Putra Arista Adi

Nomor Mahasiswa : 20130410311

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS (Studi Pada Pengguna Laptop di Kota Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 21 februari 2018



Cahya Putra Arista Adi

Motto

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”.

(QS. Al Mujadalah: 11)

Persembahan

Karya ini Kupersembahkan

Untuk Bapak dan Ibu tercinta

Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi perusahaan dalam pengambilan keputusan organisasional serta memberikan masukan maupun ide bagi peneliti selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan karya ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, terimakasih penulis panjatkan kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Drs. H. Asnawi Asdinarju, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ibu Tri Maryati, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Para dosen pengajar yang telah memberikan wawasan selama perkuliahan.
5. Kedua orang tua serta seluruh keluarga atas segala doa dan dorongan selama penuliskarya tulis ini.

6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.

Selanjutnya, penulis berharap Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, namun dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, semoga karya ilmiah ini bermanfaat. Kritik, saran serta pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
INTISARI.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	
1. Kualitas Produk.....	12
2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	14
3. Harga.....	17
4. Promosi	20
5. Distribusi.....	21
6. Keputusan Pembelian.....	22
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Hipotesis	28
1. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Promosi, Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	28

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	29
4. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	30
5. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	30
6. Pengaruh Ditribusi Terhadap Keputusan Pembelian	31
C. Model Penelitian	32
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Obyek dan Subjek Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian	33
C. Penentuan Populasi dan Sampel	33
D. Kriteria Pemilihan Sampel.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
G. Uji Kualitas Instrumen dan Data	37
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis	38
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	41
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	43
C. Hasil Penelitian	46
1. Persamaan Regresi Berganda	46
2. Hasil Uji Simultan (uji F)	47
3. Hasil Uji Parsial (uji t)	48
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi	49
D. Pembahasan	50
BAB V. KESIMPULAN	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional	35
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Laptop Merek Asus Di Kota Yogyakarta	41
Tabel 4.2. Usia Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Laptop Merek Asus Di Kota Yogyakarta	42
Tabel 4.3. Status Pendidikan Dan Pekerjaan Konsumen Yang Telah Melakukan Pembelian Laptop Merek Asus Di Kota Yogyakarta.....	43
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Dari Item-Item Variabel Penelitian	44
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Item-Item Variabel Penelitian	45
Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi Berganda.....	46
Tabel 4.7. Hasil Uji F	47
Tabel 4.8. Hasil Uji Parsial (Uji T)	48
Tabel 4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Penelitian	32
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Hasil Uji Validitas	62
Lampiran B. Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Lampiran C. Hasil Uji F.....	67
Lampiran D. Hasil Uji T	67
Lampiran E. Hasil Uji Koefisien Determinasi	67