

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MACBOOK PADA MAHASISWA  
DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**BILLY SALMON JACOB**

**1111001014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

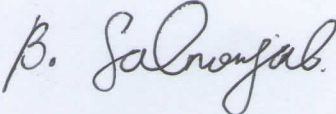
**2016**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Billy Salmon Jacob

NIM : 1111001014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 4 Agustus 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Billy Salmon Jacob  
NIM : 1111001014  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MacBook Pada Mahasiswa Di Jakarta Selatan

**Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab M.Sc.,MBA, Ph.D. 

Penguji 1 : Anon Kuswardono, SE, MBA 

Penguji 2 : Holila Hatta, S.Pd., M.M 

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 4 Agustus 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang karena atas limpahan berkat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MacBook Pada Mahasiswa di Jakarta Selatan” dengan lancar.

Terselesaikannya tugas akhir ini juga tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses proposal ini, yaitu kepada :

1. Orang tua, kakak dan adik yang selalu memberikan support dalam bentuk doa, dan semangat yang tidak terkira sehingga penulis selalu termotivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Muchsin Saggaff Shihab M.Sc.,MBA, Ph.D. selaku pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan tugas akhir ini.
4. Sahabat-sahabat saya diluar kampus, Joghy Alfonsus, Stefanus Nico Cahyadi, Ricky Kevin, Candy Herwinda, Evanson Jaya Pardede, Marenno, Rio Napitupulu, Tegar Adi, Dimas Rudianto terima kasih atas dukungan dan nasihat-nasihat yang terus memotivasi penulis selama proses penulisan tugas akhir.
5. Sahabat-Sahabat di Universitas Bakrie, Davis Renada Anggara, Rendy Satria, Rafdi Rusell, Muhammad Syaiful, Dimas Rhoully, Diffa Ghasana, Dicky Anggara, Muhammad Billfakar, Arif Nur Rachman, Denny Rachman, Agil Maskery, Fauzan Sadikin, Ghazi Abdulrahman, Made Mantra, Ricky Yusuf, Pradono Suryo, Sadha Triyuda, Inez Carina, Prita Hartanti, Kevin Dinino dan Ugie Tan.

6. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen 2011 Universitas Bakrie.
7. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu .

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapatkan imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait dimasa yang akan datang.

Jakarta, 20 Juli 2016

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Billy Salmon Jacob  
NIM : 1111001014  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MacBook Pada Mahasiswa Di Jakarta Selatan”**

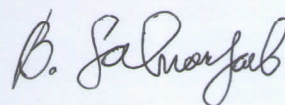
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 4 Agustus 2016

Yang menyatakan



(Billy Salmon Jacob)

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MACBOOK PADA MAHASISWA  
DI JAKARTA SELATAN**

Billy Salmon Jacob<sup>1</sup>

---

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian MacBook pada mahasiswa di Jakarta Selatan. Variabel persepsi harga memiliki tiga indikator yaitu keterjangkauan harga, daya saing dengan competitor, dan kesesuaian harga. Variabel kualitas produk memiliki lima indikator yaitu, *performance*, *features*, *durability*, *conformance*, dan *reliability*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disebarakan kepada 110 responden yang merupakan mahasiswa di Jakarta Selatan yang memiliki dan menggunakan MacBook. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen (persepsi harga dan kualitas produk) terbukti memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin positif persepsi harga seseorang terhadap sebuah produk, maka akan semakin besar dorongan yang akan muncul dalam melakukan keputusan pembelian, dan semakin tinggi kualitas yang dimiliki suatu produk maka akan semakin besar juga dorongan yang akan muncul dalam melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini menggambarkan bahwa konsumen cenderung mulai tergerak untuk membandingkan kualitas dari suatu produk terhadap harga yang harus dikeluarkannya untuk mengetahui keuntungan yang ia dapatkan. Oleh sebab itu, penulis menyarankan pihak Apple untuk tetap konsisten dalam berinovasi terhadap produk MacBooknya, sehingga persepsi positif konsumen terhadap harga MacBook dapat tetap terjaga dan terus meningkatkan penjualan MacBook di pasar *computer portable* Indonesia.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY  
TOWARD THE PURCHASE DECISION OF MACBOOK ON STUDENT IN  
SOUTH JAKARTA***  
Billy Salmon Jacob<sup>1</sup>

---

*ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of price perception and product quality towards the purchase decision of MacBook on student in South Jakarta. Variable price perception has three indicators; price affordability, competitiveness with competitors, and the suitability of the price. Variable product quality has five indicators; performance, features, durability, conformance, and reliability. This type of research is quantitative research. The questionnaire used in this study distributed to 110 respondents who are students in South Jakarta that own and use MacBook. These results indicate that the two independent variables (price perception and product quality) has been shown to have a positive effect on the dependent variable (purchase decision). Thus, it can be concluded that the more positive a person's price perception of a product, the greater the encouragement that will appear in making purchase decision, and the higher the quality of a product, the greater the encouragement that will appear in making purchase decision. This study illustrates that consumers tend to compare the quality of a product to the price that must be spent to know the benefits they has received. Therefore, the authors suggest Apple to remain consistent in innovating their MacBook, so that the consumer's positive perception on the price of the MacBook can remain intact and continue to increase MacBook's sales in Indonesian portable computer market.*

*Keyword: Price Perception, Product Quality, and Purchase Decision*

---

<sup>1</sup>*Student of Bakrie University, Management Major*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Perumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL</b> .....	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Persepsi Harga .....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu .....	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15
2.4 Hipotesis .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
3.1 Desain Penelitian .....	17
3.2 Variabel Penelitian.....	17
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	18

3.3.1 Populasi.....	18
3.3.2 Sampel.....	18
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	19
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	19
3.5 Sumber Data dan Pengumpulan Data .....	21
3.5.1 Data Primer .....	21
3.5.2 Data Sekunder.....	21
3.5.3 Kuesioner .....	21
3.5.3.1 Metode Pengukuran Skala Kuesioner.....	22
3.6 Analisis Data.....	22
3.6.1 Analisis Data Validitas dan Reliabilitas .....	22
3.6.1.1 Uji Validitas.....	22
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	23
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	24
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	24
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	25
3.5.2.3 Uji Multikolinearitas .....	26
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	26
3.6.3.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	26
3.6.3.2 Uji Signifikasi Stimultan (Uji Statistik F) .....	27
3.6.3.3 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statisika t).....	27
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1 Analisis Karakterisrik Responden.....	29
4.2 Analisis Deskriptif dan Pembahasan.....	30
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	30
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	31
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	31
4.3 Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas .....	32
4.3.1 Analisis Uji Validitas .....	32
4.3.2 Analisis Uji Reliabilitas .....	33
4.4 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	34
4.4.1 Analisis Uji Normalitas.....	34

4.4.2 Analisis Uji Heteroskedastisitas .....	35
4.4.3 Analisis Uji Multikolinearitas .....	36
4.5 Analisis Regresi .....	37
4.6 Analisis Uji Hipotesis .....	39
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	40
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>41</b>
5.1 Kesimpulan .....	41
5.2 Saran.....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 <i>Top 5 vendors worldwide PC Shipments, Market Share and Growth</i> .....	2
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Laptop per tahun 2016 .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	20
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian .....	29
Tabel 4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	55
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	56
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan pembelian .....	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	32
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas dan Terkait.....	33
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	37
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	38

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	34
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas .....	35
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	36

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner .....	44
Lampiran 2 : Hasil Perhitungan Uji Instrumen.....	48
Lampiran 3 : Hasil Kuesioner Responden .....	63