

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI LAPTOP ACER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA  
MEDAN**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA  
MEDAN  
2023**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI LAPTOP ACER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA  
MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen  
di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Sosial  
Universitas Sari Mutiara Indonesia*



Oleh :

Pebriang Murni Santi Hia  
190311027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA  
MEDAN  
2023**

**Halaman Persetujuan Sidang Meja Hijau  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Universitas Sari Mutiara Indonesia**

**SKRIPSI:**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI LAPTOP ACER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA  
MEDAN**

**Oleh:**

**Pebriang Murni Santi Hia**

**190311027**

**Disetujui untuk Sidang Meja Hijau**

**Medan, 02 Juni 2023**

**Ketua, Program Studi Manajemen**

**Dosen Pembimbing**

**Elisabet Tambunan, SE., MM**  
**NIDN. 0114097203**

**Dr. Ronnie Togar Mulia Sirait, M.M**  
**NIDN: 0122077703**

**Dekan,**

**Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**

**Heri Enjang Syahputra.,S.E.,M.Ak**  
**NIDN: 0127117702**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI LAPTOP ACER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA  
MEDAN**

Yang disusun oleh :

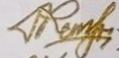
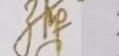
Nama : Pebriang Murni Santi Hia  
Nim : 190311027  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Kajian : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal 23 Juni 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk di terima.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Penguji : Dr. Ronnie Togar Mulia Sirait, M.,M  
Anggota : 1. Elisabeth Tambunan S.E., M.M  
2. Marupa Siregar S.E., M.M

**Tanda tangan**

(  )  
(  )  
(  )

Disetujui Oleh :

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Universitas Sari Mutiara Indonesia**



**Heri Enjang Syahputra, S.E., M.AK**  
NIDN : 0127117702

Disetujui Oleh :

**Ketua Program Studi**



**Elisabet Tambunan, S.E., M.M**  
NIDN. 0114097203

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pebriang Murni Santi Hia  
NIM : 190311027  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

### **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI LAPTOP ACER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA MEDAN**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dioergunakan bilamana diperlukan.

Medan, 23 Juni 2023

: pernyataan,



Pebriang Murni Santi Hia  
NIM:190311009

## RIWAYAT HIDUP

Nama : Pebriang Murni Santi Hia  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat Tanggal Lahir : Gunungtua, 14 Februari 2001

Agama : Kristen Protestan  
Alamat : Gunungtua  
Email : pebrianghia@gmail.com  
Kecamatan : Tugala Oyo  
Kabupaten : Nias Utara

**Pendidikan**

Tahun 2007 – 2013 : SD N 071156 Fulolo Lasara  
Tahun 2013 – 2016 : SMP N 4 Gunungsitoli  
Tahun 2016 – 2019 : SMK N 1 Tugala Oyo

Perguruan Tinggi : Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Program Studi : S1 Manajemen



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI LAPTOP ACER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA  
MEDAN**

**Oleh :**

**Pebriang Murni Santi Hia  
190311027**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh dari variabel-variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Produk dan dependen Minat Beli Laptop Acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia. Menggunakan metode regresi linier berganda. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan Non Probability Sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli ( $Y$ ). Dengan pembuktian melalui pengujian hasil SPSS 25 melalui pengujian simultan diperoleh  $f_{hitung}$  (18,278)  $F_{tabel}$  (3,09) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu SPSS 25.

***Kata Kunci :*** *Harga, Kualitas Produk, dan Minat Beli*

***INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE INTEREST  
TO BUY ACER LAPTOPS AT STUDENTS OF SARI MUTIARA  
INDONESIA UNIVERSITY MEDAN***

**Oleh :**

**Pebriang Murni Santi Hia  
190311027**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the relationship between the influence of the independent variables, namely Price and Product Quality and the dependent of Acer Laptops Purchase Interest at Sari Mutiara Indonesia University students. Using multiple linear regression method. The types of data used are primary data and secondary data. With the method of collecting data using a questionnaire. The sample in this study amounted to 96 people with a sampling technique that uses Non Probability Sampling. The result of this study indicate that price (X1) and product quality (X2) simultaneously have a significant effect on the buying interest variable (Y). By proving through testing the results of SPSS 25 through simultaneous testing, it is obtained  $f_{count}$  (18,278)  $F_{table}$  (3,09) with a significant level of  $0.000 < 0.05$ . The data was statistically processed using SPSS 25.*

***Keywords : Price, Product Quality, and Buying Interest***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penulisan proposal skripsi, dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia” guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Parlindungan Purba, SH,MM, selaku Ketua Yayasan Universitas Sari Mutiara Indonesia.
2. Ibu Dr. Dra Ivan Elisabeth Purba, S.H., M.Kes, selaku Rektor Universitas Sari Mutiara Indonesia.
3. Bapak Heri Enjang Syahputra, S.E, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia
4. Bapak Dr. Ronnie Togar Mulia Sirait, M.,M selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Elisabeth Tambunan S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.

6. Kedua orangtua saya tercinta dan, Ayah Arosokhi Hia Ibunda Sadilina Hia yang tidak lelah mendoakan, memberikan dorongan, serta memberi nasehat dan dukungan berupa materi.
7. Seluruh dosen dan segenap staf Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia atas Ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
8. Kepada Abang desman Eli Hia Adek Muniel Ardin Berkat Hia yang selalu memberi semangat dan dukungan berupa materi
9. Teman-teman program Studi Manajemen angkatan 2019. Terimakasih atas segala suka dan duka yang dilalui secara bersama selama perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
10. Seluruh rekan yang turut serta dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Dalam bagian akhir kata pengantar ini, penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan atau kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Medan, 13 Maret 2023

Pebriang Murni Santi Hia

## DAFTAR ISI

<b>ABSTARK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penellitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS .....</b>	<b>10</b>
2.1 Harga.....	10
2.1.1 Pengertian Harga.....	10
2.1.2 Tujuan Penetapan Harga .....	11
2.1.3 Faktor-Faktor Penetapan Harga .....	11
2.1.4 Indikator Harga .....	12
2.2 Kualitas Produk .....	13
2.2.1 Pengertian Kualitas .....	13
2.2.2 Definisi Produk.....	14
2.2.3 Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	15
2.2.5 Indikator Kualitas produk .....	15
2.3 Minat Beli .....	16
2.3.1 Pengertian Minat Beli .....	16
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	17
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	17
2.4 Penelitian Sebelumnya.....	18
2.5 Kerangka Konseptual.....	19
2.6 Perumusan Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Desain Penelitian .....	23
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Jenis dan dan Sumber Data.....	25
3.4.1 Sumber Data.....	25
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26

3.5	Definisi Operasional Variabel .....	27
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	29
3.6.1	Uji Vadilitas .....	29
3.6.2	Uji Reabilitas .....	30
3.6.3	Skala Pengukuran.....	30
3.7	Teknik Analisis Data .....	30
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.2	Uji Regresi Linear Berganda .....	32
3.8	Pengujian Hipotesis .....	32
3.8.1	Pengujian Secara Parsial (uji t) .....	33
3.8.2	Uji Secara Simultan (Uji F) .....	33
3.8.3	Uji koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
4.1	Gambaran Perusahaan .....	35
4.1.1	Sejarah Umum Perusahaan .....	35
4.1.2	Visi Misi Perusahaan .....	36
4.1.3	Struktur Organisasi .....	37
4.1.4	Uraian Tugas .....	37
4.1.5	Jenis-Jenis Produk Laptop Acer .....	39
4.2	Analisi Karakteristik Responden .....	41
4.2.1	Usia .....	41
4.2.2	Semester .....	42
4.2.3	Fakultas .....	43
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	43
4.4	Hasil Uji Vadilitas Dan Realibilitas .....	59
4.4.1	Uji Vadilitas .....	59
4.4.2	Uji Realibilitas .....	60
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	60
4.6	Uji Regresi Linier Berganda .....	66
4.7	Pengujian Secara Parsial Uji (T) .....	67
4.8	Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	69
4.9	Uji Determinasi .....	70
4.10	Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.10.1	Pengaruh Harga (X1) Terhadap Minat Beli (Y) .....	70
4.10.2	Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y) .....	71
4.10.3	Pengaruh Harga (X1) Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y) .....	71
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.1	Kesimpulan .....	72
5.2	Saran .....	73
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>

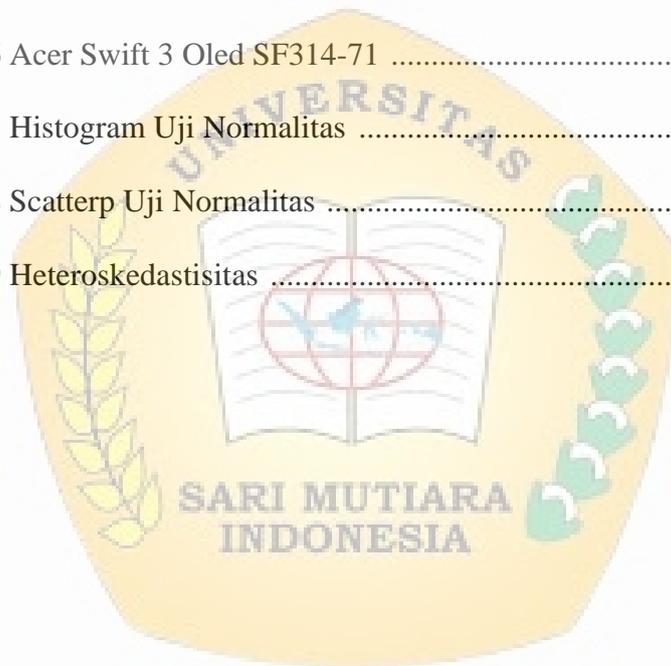
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis-Jenis Produk Laptop Acer .....	3
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survey .....	4
Tabel 1.3 Perbandingan Harga Laptop .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden .....	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Semester .....	42
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Fakultas .....	43
Tabel 4.4 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.1 .....	43
Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.2 .....	44
Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.3 .....	45
Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.4 .....	45
Tabel 4.8 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.5 .....	46
Tabel 4.9 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.6 .....	47
Tabel 4.10 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.7 .....	47
Tabel 4.11 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.8 .....	48
Tabel 4.12 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.1 .....	49
Tabel 4.13 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.2 .....	49
Tabel 4.14 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.2 .....	50
Tabel 4.15 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.4 .....	51
Tabel 4.16 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.5 .....	51

Tabel 4.17 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.6 .....	52
Tabel 4.18 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.7 .....	53
Tabel 4.19 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.1 .....	53
Tabel 4.20 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.2 .....	54
Tabel 4.21 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.3 .....	55
Tabel 4.22 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.4 .....	55
Tabel 4.23 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.5 .....	56
Tabel 4.24 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.6 .....	57
Tabel 4.25 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.7 .....	57
Tabel 4.26 Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.8 .....	58
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel.....	59
Tabel 4.28 Hasil Uji Reabilitas Variabel .....	60
Tabel 4.29 Hasil Kolmonogrov-Smirnov .....	61
Tabel 4.30 Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.31 Glesler .....	66
Tabel 4.32 Analisis Linier Berganda .....	66
Tabel 4.33 Hasil Uji Secara Parsial (Uji T) .....	69
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Secara Simultan .....	70
Tabel 4.35 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	37
Gambar 4.2 Acer Aspire 3 A314-35 .....	39
Gambar 4.3 Acer Aspire Slim 3 A514-54 .....	39
Gambar 4.4 Acer Aspire Vero AV15-51R .....	40
Gambar 4.5 Acer Aspire Vero AV14-51 .....	40
Gambar 4.6 Acer Swift 3 Oled SF314-71 .....	41
Gambar 4.7 Histogram Uji Normalitas .....	62
Gambar 4.8 Scatterp Uji Normalitas .....	63
Gambar 4.9 Heteroskedastisitas .....	65



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	76
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Reabilitas .....	79
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner .....	82
Lampiran 4 Uji Determinasi .....	90
Lampiran 5 Uji Secara Parsial (Uji t) .....	91
Lampiran 6 Uji Secara Simultan (Uji F) .....	93



## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangan industri teknologi yang semakin canggih, pemasaran yang memulai produknya berupa barang dan jasa yang diharuskan untuk dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan para konsumen, sehingga bisa memberikan nilai yang baik bagi pesaing lainnya. Salah satu perkembangan yang dirasakan pada saat ini adalah perkembangan teknologi dan yang sering digunakan adalah laptop. Laptop saat ini sangat memberikan manfaat yang positif bagi kehidupan manusia yang memberikan banyak kemudahan untuk melakukan banyak hal serta cara baru untuk melakukan aktivitas (Rifqi, 2018).

Laptop merupakan suatu produk elektronik yang cukup dikenal oleh mahasiswa yang saat ini banyak digunakan, Laptop menjadi media yang dapat digunakan berkomunikasi dengan orang lain, mengerjakan suatu pekerjaan, presentasi dan menyimpan data, mengakses internet untuk mencari informasi dll. Merek dan kualitas yang baik dapat juga menjadi penguat dalam penjualan laptop yang terdapat beberapa syarat dari merek yang harus dipenuhi, diantaranya mudah untuk diingat menimbulkan kesan yang positif, serta tepat untuk dipromosikan. Sehingga dapat berminat dalam membeli laptop yang dapat mendukung mobilitas sehari-hari (Sugiyanto 2021).

Laptop Acer merupakan produk yang cukup dikenal di Indonesia, bahkan di dunia acer juga salah satu perusahaan besar yang memproduksi laptop. Acer laptop dengan merek yang sudah termasuk dalam golongan produk yang baik, dan

ditawarkan dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan pesaing pesaing lainnya. Selain itu juga perusahaan haru memperhatikan kualitas produk yang akan dijual, agar dapat memuaskan konsumen datang membelinya. Sehingga diharapkan konsumen akan kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan (Muhammad 2018).

Acer adalah dimulai dengan sebelas karyawan dan modal US \$ 25.000 dengan bisnis awal sebagai distributor komponen elektronik dan konsultan dalam pengguna teknologi mikroprosesor dengan nama multitech pada tahun 1976 berkantor pusat Hsinchu, Taiwan. Kemudian perusahaan ini berkembang pesat lalu berganti nama menjadi nama acer pada tahun 1987, berkantor pusat di Xizhi, Taipei, Taiwan. Acer termasuk merek notebook , yang masuk lima besar dunia di tahun 2013 (Lenovo, Hp, Dell, Asus dan Acer). Produk acer tidak hanya notebook, termasuk juga: desktop, server data storage (penyimpanan data), monitor computer, peripheral, dan solusi e-bisnis (untuk bisnis, pemerintah, pendidikan dan pengguna pribadi). (Eka prasetya 2020).

Laptop Acer memiliki varian yang berbeda dan jenis yang berbeda seperti, Acer aspire 3 slim A314-35-C560, Acer Aspire 5 Slim A514-54, Acer Aspire Vero AV15-51R, Acer Apire Vero AV14-51, Acer Swift 3 Oled SF314-71, Acer Swift X SFX14, Acer Aspire 5 A514-55G, Acer Aspire 5 A515-57G, Acer Nitro 5 AN515-58, Acer Predator Triton 300s PT314-52s. Dengan jenis yang berbeda, sama-sama memiliki keunggulan dan kualitas yang berbeda. ([www.Yatekno.com](http://www.Yatekno.com))  
Dibawah ini tabel produk laptop acer.

**Tabel 1.1**  
**Jenis-Jenis Produk Laptop Acer**

No	Nama	Layar	Prosesor	Grafis	RAM	Penyimpanan
1	Acer Aspire 3 Slim A314-35-C560	IPS 14 inci, resolusi 1366 x 768 piksel	Intel Celeron N5100	Intel HD Graphics	4GB DDRA4	256GB SSD
2	Acer Aspire 5 Slim A514-54	TFT 14 inci resolusi 1366 x 768 piksel	Intel Core i3-1115G4	Intel UHD Graphics	4GB DDR4	512GB SSD
3	Acer Aspire Vero AV15-51R	IPS 15.6 inci resolusi 1920 x 1080 piksel	Intel Core i5-1155G7	Intel Iris Xe Graphics	8GB DDR4	512GB SSD
4	Acer Apire Vero AV14-51	TFT 14 inci resolusi 1920 x 1080 piksel	Intel Evo Core i5-1235U	Intel Iris Xe Graphics	8GB LPDDR 4X	512GB SSD
5	Acer Swift 3 Oled SF314-71	OLED 14 inci resolusi 2880 x 10800 piksel	Intel Core i5-12500H	Intel Iris Xe Graphics	16GB LPDDR 4X	512GB SSD
6	Acer Swift X SFX14	IPS 14 inci resolusi 1920 x 1080 piksel	AMD Ryzen 5-5500U	NVIDIA GeForce RTX 3050 4GB GDDR6	16GB LPDDR 4X	512GB SSD
7	Acer Aspire 5 A514-55G	IPS 14 inci resolusi 1920 x 1080 piksel	Intel Core i5-1235U	NVIDIA GeFroce MX550 2GB	8GB DDR4	512GB SSD
8	Acer Aspire 5 A515-57G	TFT 14 inci, resolusi 1920 x 1080 piksel	Intel Core i5-1240P	NVIDIA GeForce RTX 2050 4GB GDDR6	8GB DDR4	512GB SSD
9	Acer Nitro 5 AN515-58	IPS 15.6 inci resolusi 1920 x 1080 piksel	Intel Core i5-12500H	NVIDIA GeForce RTX 3050 4GB GDDR6	8GB DDR4	512GB SSD
10	Acer Predator Triton 300s PT314-52s	TFT 14 inci resolusi 1920 x 1080 piksel	Intel Core i7-12700H	NVIDIA GeForce RTX 3060 6GB GDDR6	16GB DDR5	1TB SSD

Sumber : data [www.yatekno.com](http://www.yatekno.com)

Produk Acer merupakan salah satu perusahaan produsen barang elektronik seperti komputer yang saat ini sudah dekat dengan kehidupan sehari-hari: seperti Acer, Asus, Sony, Thosiba, Samsung, Axio dan lain lain. Para produsen tersebut terus melakukan inovasi produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Tingkat persaingan yang semakin ketat pada produk laptop khususnya dikalangan mahasiswa menuntut produsen menyediakan laptop dengan spesifikasi yang memenuhi kebutuhan mahasiswa namun dengan sesuai dengan harga yang bisa dijangkau pelajar dan mahasiswa, produsen laptop juga harus melakukan inovasi dalam produknya dan menyediakan pangsa pasar pasarnya (Thomsom, dkk 2021).

Meskipun laptop acer memiliki banyak kelebihan namun tidak menutup kemungkinan laptop acer ini memiliki keluhan bagi para konsumennya. Hal ini dapat dilihat dari hasil pra-survey yang sudah dilakukan pada konsumen laptop acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia (USM-Indonesia) pada tabel berikut.

**Tabel 1.2**  
**Hasil Pra-Survey Penelitian**

<b>No</b>	<b>Pendapat Konsumen</b>	<b>Jumlah</b>
1	Acer memiliki banyak tipe	7
2	Acer memiliki daya tahan mesin yang baik	8
3	Baterai acer cepat habis	16
4	Harga acer terjangkau	10
5	Acer mempunyai fitur yang bagus	11
6	Acer lebih mudah untuk mendapat service	13
7	Acer cepat panas saat digunakan	20
8	Acer memiliki bentuk atau model yang menarik	9

Sumber : Data Prapenelitian

Pada tabel 1.2 yang telah dilakukan kepada 25 konsumen laptop Acer menunjukkan bahwa laptop Acer masih banyak konsumen yang memiliki keluhan banyak responden yang mengatakan bahwa laptop acer baterainya cepat habis pada saat dipakai dan juga mudah panas pada saat digunakan. Hal ini membuktikan bahwa laptop acer masih banyak memiliki kekurangan dan harus meningkatkan kualitas produknya. Karena ini dapat mempengaruhi angka penjualan dan membuat konsumen laptop acer ini beralih dengan merek laptop yang lain dan dapat mengurangi minat beli konsumen.

Menurut Ali Hasan (Warni, 2021) Minat beli berhubungan dengan perasaan, dan keinginan, bila seseorang senang dan puas dalam memiliki produk atau jasa maka hal ini akan membuat minat beli konsumen akan kualitas produk yang ditawarkan, hal berhubungan dengan sikap, individu, yang berminat terhadap suatu produk yang mempunyai kekuatan dan dorongan untuk mendapatkan produk itu sendiri. Sehingga harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Menurut Kotler (Sibastian,dkk,2021) Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen harga merupakan sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki dan menggunakan suatu produk atau jasa yang telah ditawarkan. Sehingga hal ini dapat diartikan bahwa menawarkan harga lebih rendah maka minat beli konsumen dalam menggunakan produk jasa yang ditawarkan akan semakin meningkat.

Harga adalah nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan produk yang mempunyai nilai atau manfaat bagi konsumen,

sehingga sangat menentukan jadi atau tidaknya membeli karena sesuai dengan kemampuan untuk memuaskan konsumen. Pemilihan produk yang nantinya akan mempengaruhi minat beli konsumen sehingga harga sering dikaitkan dengan kualitas produk. Konsumen cenderung memperhatikan harga untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam suatu produk kemudian akan dibeli baik tampilan, harga. Maupun kualitas produk itu sendiri. Konsumen memilih produk yang mereka inginkan untuk merasakan nilai dan manfaat produk itu sendiri, karena melihat kesempatan memiliki produk dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga ekonomis. Dilihat bawah ini terlampir daftar tabel perbandingan beberapa harga laptop.

**Tabel 1.3**  
**Perbandingan Produk Dan Harga Laptop**

NO	Nama	Layar	Ram	Penyimpanan	Harga
1	Acer Aspire 3 A314-35-C80W	14 inch Hd (1366x768)	4 GB DDR4	256 GB	4,500.000
2	Asus A455LA Core I3 5005U	14 inch Hd (1366x768)	4 GB DDR3	500 GB	4,900.000
3	Hp 14-bw001AX	14 inch Hd (1366x768)	4 GB	5400 GB	5,400.000
4	Lenovo Ideapad 320 Core i3- 6006u	14 inch Hd (1920x1080)	4 GB	1000 GB	5,800.000
5	Dell Vostro 5490	14 inch Hd (1920x1080)	8 GB DDR4	512 GB	5,800.000

Sumber : Data Prapenelitian

Pada tabel 1.3 terlihat bahwa laptop Acer cukup bersaing dimana harga berada pada 4,500.000. Hal ini menunjukkan bahwa harga laptop acer dapat menarik perhatian konsumennya yang lebih khususnya pada mahasiswa USM

Indonesia, karena adanya kualitas produk yang bagus dan harga yang terjangkau maka mahasiswa tersebut dapat menggunakan produk laptop acer tersebut.

Menurut Armstrong (Subastian, dkk, 2021). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen merupakan karakteristik produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen, sehingga semakin baik kualitas yang telah ditawarkan perusahaan kepada konsumen maka konsumen berminat melakukan pembelian produk atau jasa.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengajukan suatu penelitian dengan judul: “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli laptop Acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli laptop Acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli laptop Acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap minat beli laptop Acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli laptop Acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk terhadap minat beli laptop Acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **A. Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang lain yang akan datang yang terkait dengan penelitian ini.

##### **B. Manfaat Praktis**

1. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan study S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu sosial di Universitas Sari Mutiara Indonesia

2. Pada Akademik

Penelitian ini sebagai penerapan dari fungsi Universitas diharapkan hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai bahan bacaan yang dapat menambah wawasan bagi penelitian selanjutnya pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia.

### 3. Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada perusahaan untuk mengetahui apakah strategi yang mereka jalankan sudah berjalan sudah berjalan dengan baik, sehingga kesesuaian harga produk yang mereka pasarkan meningkatkan beli konsumen.



## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Harga**

##### **2.1.1 Pengertian Harga**

Menurut Alma (2018:171) Pengertian harga, nilai, dan kegunaan utility, merupakan konsep yang saling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan memuaskan konsumen. Nilai merupakan nilai produk untuk di tawarkan dengan produk nilai. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi pertukaran antar barang dengan barang itu sendiri. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan pertukaran lagi akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang di sebut harga. Jadi harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Abdurrahman (2018: 109) Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas sebuah produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan pada pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Gitosudarno dalam Sunyoto (2020:131) Harga merupakan nilai yang dinyatakan satu mata uang atau alat tukar lain yang senilai yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu dan dipasar tertentu. terhadap suatu produk tertentu.

Harga merupakan nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap suatu barang tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan.

Akan tetapi faktor psikologis dan faktor-faktor lainnya berpengaruh terhadap harga. Maka harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu barang beserta jasa yang ingin digunakan (Maimun, 2018).

### **2.1.2 Tujuan Penetapan Harga**

Tujuan dalam menetapkan harga bukan hanya berdasarkan tingkat keuntungan dan perolehan yang diinginkan, akan tetapi memposisikan tawaran pasarnya memungkinkan perusahaan mendapat bayaran untuk nilai yang ciptakannya bagi pelanggan. Berikut beberapa tujuan penetapan harga menurut Triputranto (Martina & Rosi 2020:72) sebagai berikut:

1. Memaksimalkan Keuntungan
2. Memaksimalisasi Penjualan
3. Berorientasi pada stabilitas harga

### **2.1.3 Faktor-Faktor Penetapan Harga**

Menurut Stanton salam Sunyoto (Batubara, Hidayat, 2016) Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga adalah sebagai berikut:

1. Memperkirakan Permintaan Produk
  - a. Memperkirakan seberapa besar harga yang diharapkan. Harga yang diberikan pada suatu produk adalah harga yang secara diketahui atau tidak diketahui dan dinilai oleh setiap konsumen atau pelanggan. Penjual harus memperkirakan bagaimana reaksi konsumen, apabila suatu dinaikkan atau diturunkan. Reaksi dapat berupa produk tersebut dinaikkan atau diturunkan maka reaksinya terdapat perubahan barang yang diminta tidak begitu besar, apabila harga pokok tersebut dinaikkan

atau diturunkan maka reaksinya terhadap perubahan jumlah barang yang diminta besar atau kecil sehingga apabila harga produk dinaikkan maka permintaan juga naik.

- b. Memperkirakan penjual dengan harga yang berbeda. Manajemen harus dapat memperkirakan volume penjualan dengan harga berbeda, sehingga dapat ditentukan jumlah permintaan yang mungkin tercapai.

## 2. Reaksi Pesaing

Pesaing merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penciptaan harga terutama sekali ancaman pesaing yang kendala yang bagus. Pesaing tersebut dapat berasal dari produk yang serupa, produk pengganti maupun produk yang tidak sama.

### 2.1.4 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (Putri, 2018) terdapat beberapa indikator dalam harga antara lain:

#### 1. Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk harga dapat mereka jangkau.

#### 2. Kesesuaian harga dan kualitas produk

Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relative mahal bila kualitas produk baik. Namun konsumen menginginkan produk dengan harga murah dan kualitas baik.

#### 3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan adanya pertimbangan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produk dapat bersaing dipasar.

#### 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

## 2.2 Kualitas Produk

### 2.2.1 Pengertian Kualitas

Menurut Sudaryono (2016:207) Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Sehingga dalam pengertian luas, produk mencakup apa saja yang bisa dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia tempat, organisasi, dan ide atau gagasan. Menurut Kotler dan Armstrong (Taopik dan Sri 2022) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam melakukan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribut lainnya.

Menurut Sunyoto (Maulana, 2019) Kualitas produk merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa yang berpengaruh pada memenuhi kebutuhan atau melebihi harapan. Suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang telah dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

### 2.2.2 Definisi Produk

Definisi produk menurut Tjiptono (Putri, 2020:92) Adalah segala sesuatu yang ditawarkan dipasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, dan lain-lain. produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

### 2.2.3 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Kotler (Feby, 2019) Untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat melalui delapan dimensi sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*) Berhubungan dengan aspek fungsional suatu produk dan merupakan sebuah karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika sedang dalam pembelian produk tersebut.
2. Fitur (*Features*) merupakan aspek yang bermnafaat untuk menambah fungsi dasar, yang berhubungan dengan pilihan-pilihan produk serta pengembangan produk.
3. Keandalan (*Reliability*) merupakan hal yang berhubungan dengan kejadian atau kemungkinan suatu produk berhasil menjalankan fungsi setiap kali pakai atau digunakan daalam periode dalam waktu tertentu.
4. Kesesuaian (*Conformance*) Merupakan berhubungan dengan tingkat kesesuaian dalam hal spesifikasi yang telah diterapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Kesesuaian perubahan derajat kecepatan diantar karakteristik kualitas standar yang sudah ditetapkan sebelumnya.

5. Daya tahan (*Durability*) Merupakan suatu perubahan atas umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai suatu produk (barang).
6. Kemampuan melayani (*serviceability*) Adalah karakteristik yang berhubungan dengan potensi kecepatan, kompetensi, nilai dan kemudahan dalam memberikan suatu produk.
7. Estetika (*Aesthetics*) Yaitu suatu karakteristik yang bersifat selera tentang nilai-nilai estetika yang berhubungan dengan pertimbangan pribadi serta perubahan seorang individual.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) Yaitu reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

#### **2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Menurut Sangadji (Widiarti, dkk 2022) Kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan pelanggan atas kinerja barang atau jasa yang sangat baik, dua faktor yang membentuk kualitas produk yaitu:

1. Produk harus mencapai tingkat kualitas yang sesuai dengan tujuan penggunaannya ; tidak perlu melebihi
2. Konsumen akan memiliki harapan tentang bagaimana produk seharusnya berfungsi. Harapan tersebut merupakan standar kualitas dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang dirasakan konsumen.

#### **2.2.5 Indikator Kualitas produk**

Menurut Wahyuningtias (Michael 2021) Kualitas produk memiliki indikator-indikator adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan dalam bekerja, hal ini berarti kemampuan perusahaan dalam memproduksi sebuah produk karena kemampuan juga mempengaruhi hasil akhir produk yang diproduksi oleh perusahaan.
2. Kemudahan penggunaan, kemudahan konsumen dalam menggunakan produk merupakan hal penting dari sebuah produk yang melambangkan baik atau tidaknya kualitas produk tertentu.
3. Daya tahan produk, kekuatan dari produk baik dari luar maupun dari dalam produk tersebut karena kekuatan produk menunjukkan produk yang mudah rusak atau produk yang dapat bertahan lama serta tidak mudah rusak.
4. Keunggulan produk, kelebihan yang dimiliki oleh produk tertentu untuk bersaing dengan produk pesaing lainnya.
5. Atribut produk, sebuah unsur yang terdapat dalam suatu produk contohnya berbagai macam fitur produk yang bermanfaat bagi konsumen saat menggunakan suatu produk tertentu.

## **2.3 Minat Beli**

### **2.3.1 Pengertian Minat Beli**

Menurut Priansa (Dijihan, Tri 2021) minat pembelian konsumen merupakan keputusan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang atau jasa, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang menyakinkan bahwa barang atau jasa tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar. Minat beli (*willingness to buy*) Merupakan sebuah perilaku dalam sikap konsumen pada produk tersebut. Minat beli ini muncul

ketika seorang konsumen melihat suatu produk dan jasa yang ditawarkan, baik dari penampilan, kesan, serta keunggulan produk tersebut. Minat beli merupakan keinginan murni dalam diri konsumen terhadap suatu sebagai dampak dari proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk. (Lia 2022)

### **2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli**

Menurut Mardiasika (Nico dan Donant 2019) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, antara lain:

1. Perhatian (Attention) adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa)
2. Ketertarikan (Interest) menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
3. Keinginan (Desire) adanya dorongan untuk memiliki.
4. Keyakinan (Conviction) adanya perasaan percaya individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

### **2.3.3 Indikator Minat Beli**

Menurut Ferdinand (Abdul 2018) indikator-indikator minat beli sebagai berikut:

1. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
2. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

3. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
4. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

#### 2.4 Penelitian Sebelumnya

Berikut ini ada beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti Dan Tahun	Judul	Variabel	Metode Penelitiann	Hasil Penelitian
1	Putu lia, Dkk 2022	Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli produk oriflame	Citra merek (X1) Kualitas produk (X2) Persepsi harga (X3) Minat beli	Penelitan ini menggunakan metode teknik analisis regresi linier berganda	Citra merek berpengaruh positif dan signifikasi terhadap minat beli produk oriflame
2	Dijihan, Tri 2021	Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong)	Harga (X1) Kualitas Produk (X2) Minat beli (Y)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Harga dan kualitas produk, secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kualiatas produk terdapat minat beli
3	Taopik dan Sri 2022	Pengaruh harga dan kualitas	Harga (X1) Kualitas produk	Penelitian ini menggunakan metode	Harga berpengaruh positif dan

		produk terhadap minat beli studi kasus pada milk and food poom saba embe	(X2) Minat beli (Y)	deskriptif asosiatif. Metode deskriptif	signifikan kepada minat beli pada milk and food poom saba embe garut
4	Steve, Joyce, Deby 2022	Pengaruh Kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT Hasjrat Abadi Yamaha Sam Ratulangi	Kualitas produk (X1) Harga (X2) Promosi (X3) Keputusan pembelian (Y)	Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda	Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha Sam Ratulangi

## 2.5 Kerangka Konseptual

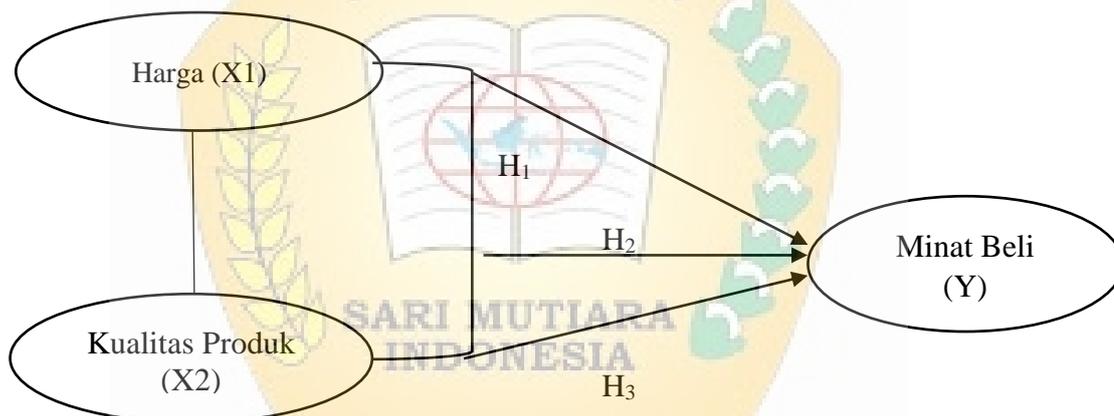
Menurut Sugioyono (2014) Kerangka konseptual adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel independent dengan variabel dependen yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang

akan dilaksanakan. Penelitian menggunakan hubungan antara variabel independen dalam penelitian ini adalah Harga (X1) Kualitas Produk (X2) dan Minat Beli (Y). Kerangka konseptual atau pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hubungan Harga terhadap Minat Beli Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan produk yang berkaitan dengan keputusan membeli konsumen. Menurut Zeithmal dalam (Hardiyanti, Prabantoro, Gatot, 2020) menyatakan bahwa harga merupakan sesuatu yang dikorbankan oleh konsumen untuk 25 mendapatkan suatu produk. Sweeney, et al dalam (Hardiyanti, Prabantoro, Gatot, 2020) juga mengatakan bahwa dalam membeli suatu produk, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, akan tetapi juga memikirkan ketepatan harga dari produk itu. Harga akan mempengaruhi minat beli apabila harga suatu produk tersebut terjangkau, memiliki daya saing, sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyono, Budiharja (2019), Satria (2017) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli.
2. Hubungan kualitas produk terhadap Minat Beli kualitas produk merupakan hal yang selalu di perhatikan bagi semua konsumen, menurut Surmarwan dalam (Hardiyanti, Prabantoro, Gatot, 2020) pembelian produk atau pun jasa serta pemilihan merek, dari kualitas produk bisa memiliki pengaruh kuat kepada konsumen. Konsumen biasanya memilih produk yang bagus dimana harga yang diberikan terjangkau dan kualitas bagus.

3. Hubungan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Menurut Peter dan Olson dalam jurnal (Hardiyanti, Prabantoro, Gatoto, 2020) Keinginan adalah sebuah rencana untuk terlibat dalam suatu perilaku khusus untuk mencapai tujuan. Perilaku selalu muncul dalam suatu situasi dan pada waktu tertentu. Adanya keterkaitan antara harga dan kualitas produk akan mampu menimbulkan minat beli konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utami, Shaputa 2017) Harga dan Kualitas Produk bersamaan mempengaruhi minat beli konsumen.

Adapun kerangka konseptual pemikiran adalah sebagai berikut :



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Keterangan :

X1 : Variabel Pengaruh (Harga)

X2 : Variabel Pengaruh (Kualitas Produk)

Y : Variabel Terikat (Minat Beli)

→ : Menunjukkan pengaruh variable bebas terhadap variable terikat (secara parsial)

⌋ : Menunjukkan pengaruh bebas terhadap variable terikat (secara simultan)

## 2.6 Perumusan Hipotesis

Harga merupakan faktor yang paling dianggap menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk tertentu. Penetapan harga dapat dipengaruhi jumlah produk yang mampu dijual oleh perusahaan. Ahmad Fuzan & Abdul Rohman 2019, Menjelaskan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli. Pada penelitian ini penulis memberikan hipotesis yaitu sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Harga berpengaruh terhadap minat beli laptop acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
- H<sub>2</sub> : Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli laptop acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia
- H<sub>3</sub> : Harga dan kualitas produk bersamaan berpengaruh terhadap minat beli laptop acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan desain penelitian survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian yang ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian Asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau variabel bebas yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap variabel terikat yaitu minat beli (Sugiyono, 2017).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Sari Mutiara - Indonesia yang bertempat Jalan Kapten Muslim, Amal Luhur.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono,2017:80). Berdasarkan pengertian diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Sari Mutiara Indonesia.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian yang diambil dari keseluruhan objek yang di teliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Dalam peneletian ini sampel diambil dengan rancangan sampel *nonprobability* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Quadrant, 2021:79). Dengan teknik pengambilan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Quadrant, 2021:80).

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia masih aktif
2. Mahasiswa pengguna laptop Acer.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena populasi tidak diketahui secara pasti berapa mahasiswa pengguna laptop Acer di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Berikut ini merupakan rumus Lemeshow, karena populasi tidak diketahui secara pasti beberapa mahasiswa pengguna Laptop Acer di Universitas Sari Mutiara Indonesia. Berikut ini merupakan rumus Lemeshow dengan tingkat eror 10% maka dapat ukuran sampel sebagai berikut.

$$N = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel  
 z = Nilai standart 95% = 1,96  
 p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

$d = \text{Alpha } (0,10) \text{ atau } \textit{sampling error} = 10\%$

Dengan rumus diatas maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$z = \frac{1,96^2 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$= \frac{3,8146 0,5 \cdot (0,5)}{0,01}$$

$$= \frac{1,9208 \cdot 0,5}{0,01}$$

$$= \frac{0,9604}{0,01}$$

$$= 96,04$$

$$= 96,04$$

Dari hasil rumus Lemeshow diatas maka jumlah sampel yang diperlukan adalah 96 responden. Berdasarkan pendapat Roscoe dalam buku Sugiyono, (2014:164), bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Maka penentuan jumlah sampel/responden ini sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk di teliti.

### 3.4 Jenis dan dan Sumber Data

Jenis Data yang digunakan peneliti untuk menganalisis masalah dan menguji hipotesis yaitu data primer dan data sekunder.

#### 3.4.1 Sumber Data

##### 1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini penulis data

diperoleh dari responden melalui cara membagikan kuesioner online kepada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia.

## 2. Data sekunder

Sumber data sekunder merupakan yang tidak langsung memberikan kepada pengumpulan data contohnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, data dari internet maupun skripsi penelitian sebelumnya.

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menyajikan informasi dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2017:142). Peneliti ini menyusun dan megedarkan kuesioner yang berisi daftar pernyataan kepada responden, kuesioner ini akan disebarakan kepada responden untuk mendapatkan tanggapan terhadap objek yang teliti yaitu pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli laptop acer.

Pengukuran yang dilakukan penelitian dalam proses pengolahan data adalah Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan defenisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dimana dalam skala likert salah satu jawaban yang

tersedia akan diberi skor atau nilai. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala likert yang menggunakan metode skor sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skor Jawaban Responden**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan terikat.

#### 1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2).

#### 2. Variabel Terikat (*Indepent Variabel*)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli konsumen (Y1).

Defenisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator. Yang membentuknya definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 3.2**  
**Defenisi Operasional**

Variabel	Defini	Indikator	Skala
Harga	Menurut Kotler dan Armstrong	Menurut Kotler (Putri	Likert

(X1)	dalam Abdurrahman (2018: 109) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan pada pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.	2018) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Keseuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk</li> </ol>	
Kualitas Produk (X2)	Menurut kotler dan Amstrong (Taopik dan Sri 2022) Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam peragakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketetapan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk, juga atribuk lainnya.	Menurut Wahyuningtias (Michael 2021) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan dalam bekerja,</li> <li>2. Kemudahan penggunaan, kemudahan konsumen dalam menggunakan produk</li> <li>3. Daya tahan produk.</li> <li>4. Keunggulan produk, kelebihan yang dimiliki oleh produk tertentu</li> <li>5. Atribut produk,</li> </ol>	Likert
Minat Beli(Y)	Menurut Priansa (Dijihan, Tri 2021) Minat pembelian konsumen merupakan pemutusan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang atau jasa, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang menyakinkan bahwa barang atau jasa tersebut memounya manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar.	Menurut Ferdinand (Abdul 2018) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat eksploratif</li> <li>2. Minat preferensial</li> <li>3. Minat transaksional</li> <li>4. Minat referensial</li> </ol>	Likert

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2023)

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.6.1 Uji Vadilitas

Vadilitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugioyono, 2017:121). Uji vadilitas ditunjukkan untuk mengukur seberapa nyata suatu pengujian atau instrumen. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya yang benar. Pengujian vadilitas dalam penelitian ini dilakukan secara statistik yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan yang skor total dengan menggunakan *product moment pearson correlation*. Rumus yang bisa digunakan untuk uji vadilitas menggunakan teknik korelasi *product moment pearson*.

$$r_{xy} = \frac{N (\Sigma XY) - (\Sigma X) (\Sigma Y)}{\sqrt{\{N (\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2\} \{N (\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien *Product Moment*

N = Banyaknya sampel

$\Sigma XY$  = Skor hasil perkalian X dan Y

$\Sigma X$  = Jumlah X

$\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat X

$\Sigma Y$  = Jumlah Y

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat Y

Cara analisisnya adalah mengkolerasikan masing-masing nilai pada nomor pertanyaan dengan nilai total dari nomor pertanyaan tersebut. Data dikatakan valid.

Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan tingkat signifikansi 0,01 dimana  $r$  tabel pada tabel product moment dengan jumlah sampel ( $n=96$ ) adalah 0,195.

### 3.6.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:121) Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, alat untuk mengukur realibilitas adalah *CronbachAlpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil *CronbachAlpha* $>$ 0,06 =reliabel. Hasil *CronbachAlpha* $<$  0,06 maka tidak reliable.

### 3.6.3 Skala Pengukuran

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2017:93).

## 3.7 Teknik Analisis Data

### 3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi sebelum melakukan Uji Analisis Regresi berganda pendekatan uji Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residu terdistribusi norma atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residu yang

terdistribusi dengan normal. Uji normalitas data menggunakan statistik SPSS versi 25 dengan dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan probabilitas yaitu :

- a. Jika Probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- b. Jika Probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi dari model regresi tidak normal.

## 2. Uji Multikolienaritas

Uji multikolienaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Untuk menguji multikolienaritas dengan cara melihat *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 berarti tidak ada kolerasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi, pada penelitian ini menggunakan uji Glesjer dengan mengambil keputusan:

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas .
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka mengalami gangguan heteroskedastisitas.

### 3.7.2 Uji Regresi Linier Berganda

Analisa regresi digunakan untuk menaksir nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X, serta taksiran perubahan variabel Y untuk setiap satuan perubahan variabel X. Bentuk persamaan dari regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Dimana:

Y : Variabel dependen (minat beli)

X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>: Variabel independen (Harga dan Kualitas Produk)

A : Konstanta merupakan nilai terkait dalam hal ini adalah pada saat variabel bebasnya adalah 0

(X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>=0)

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien regresi berganda

€ : Faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi variabel

### 3.8 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji benar atau tidak benar tentang dugaan dalam suatu penelitian serta manfaat bagi proses penelitian agar efektif dan efisien. Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya. Jika asumsi atau dugaan tersebut dikhususkan mengenai populasi,

umumnya mengenai nilai-nilai parameter populasi, maka hipotesis itu disebut dengan hipotesis statistik.

Sugiyono (2017:64) berpendapat bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

### **3.8.1 Pengujian Secara Parsial (uji t)**

Uji parsial atau disebut juga uji t dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) pada uji didasarkan oleh:

- a. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau  $h_0$  ditolak
- b. Jika nilai Sig  $< 0,05$  maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau  $h_0$

### **3.8.2 Uji Secara Simultan (Uji F)**

Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Untuk pengujian pengaruh simultan, didasarkan pada:

- a.  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika  $f$  hitung  $> f$  tabel, ( $\alpha = 5\%$ ), artinya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli (Y).

- b.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $f$  hitung  $<$   $f$  tabel, ( $\alpha = 5\%$ ), artinya secara simultan tidak mempengaruhi positif dan signifikan terhadap minat beli ( $Y$ ).

### 3.8.3 Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antar nol sampai dengan 1. Jika hasil menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  semakin kecil, maka semakin rendah tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan dalam variabel independen. Namun sebaliknya, tingkat kemampuan variabel dependen semakin tinggi apabila nilai  $R^2$  semakin besar.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan**

Perusahaan ini didirikan pada tahun 1976 Oleh Stan Shin, istrinya, Carolyn Yeh, kota Hsinchu, Taiwan dengan modal awal sebesar USD 25000, Acer saat pertama kali berdiri hanya memiliki karyawan 11 orang. Awalnya perusahaan ini menggunakan nama Multitech sebagai nama perusahaan. Pada saat itu perusahaan masih berfokus pada bidang penjualan teknologi Microprocessor. Microprocessor-I menjadi produk pertama yang dibuat Acer (Multitech) pada tahun 1979 dan 3 tahun kemudian (1981) Acer (Multitech) berhasil membuat Microprocessor-II.

Tahun 1977 Acer masih bernama Multitech saat itu berhasil membuka cabang perusahaan mereka di luar Negeri yaitu di Amerika Serikat. Tahun 1984 Acer juga membuat kantor cabang negara asia yaitu Jepang dan pada tahun 1985 Acer merambah pasar Eropa dengan membuka kantor cabang mereka di Jerman.

Tahun 1987, perusahaan yang awalnya bernama Multitech berganti nama menjadi Acer seiring dengan globalisasi dan pengembangan bisnis dari Acer yang mulai merambah industri personal computer (PC). Kantor Pusat Acer berubah menjadi di Xinzhi, Taipei, Taiwan.

Pada Tahun 1995, Acer mengeluarkan PC multimedia mereka yang berada di bawah seri Acer Aspire. Tahun 1998 Acer sponsor Asian Game ke 13 yaitu sebagai Official Partner dalam pelayanan IT di Asian Games dan pada ajang ini

Acer memperkenalkan sistem manajemen untuk acara olahraga besar bertaraf internasional pertama di dunia yang berbasis PC.

#### 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

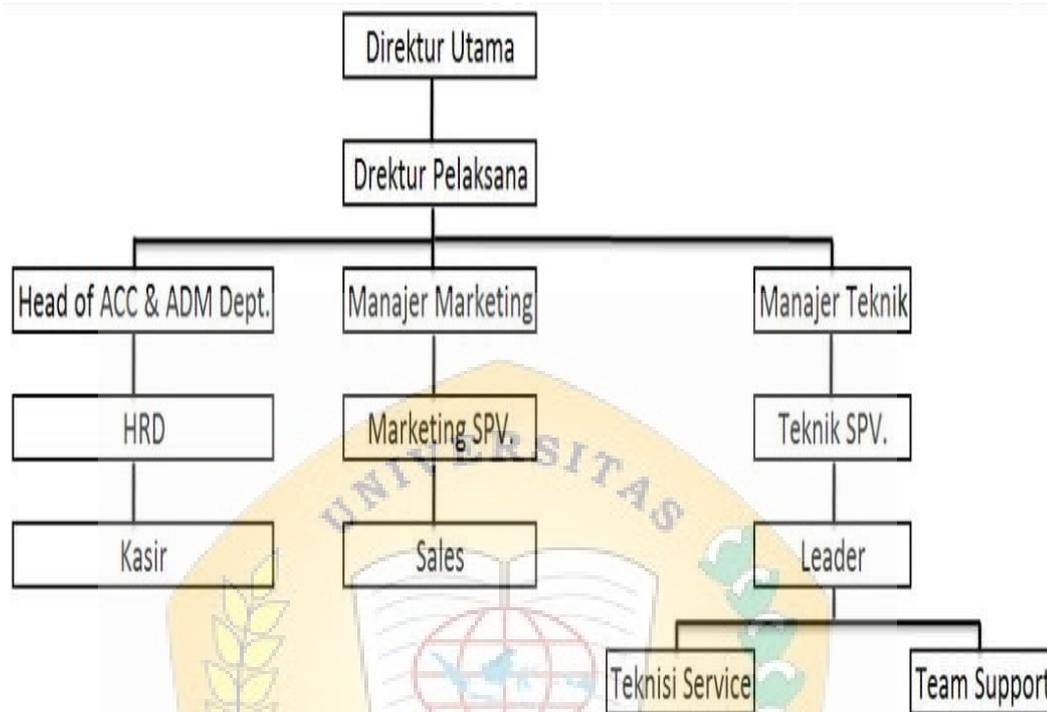
##### a. Visi Perusahaan

Memampukan pelanggan untuk berjelajah diluar batas

##### b. Misi Perusahaan

1. Membuat dan membangun teknologi mesin-mesin yang hemat energi dan membuat produk inovatif yang memiliki umur yang panjang.
2. Menyediakan teknologi yang kuat dan efisien, juga alat yang berkompeten sehingga membantu pertumbuhan rekan perusahaan.
3. Memberikan kinerja maksimal untuk perusahaan infrastruktur TI.
4. Menciptakan teknologi inovatif yang membantu efektivitas pembelajaran pendidikan.

### 4.1.3 STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

### 4.1.4 Uraian Tugas

Didalam perusahaan terdapat uraian tugas bagi setiap pegawai diperusahaan tersebut. Adapun penjelasan dari setiap pegawai yang ikut serta guna mewujudkan visi dan misi perusahaan Acer.

#### 1. Direktur Utama

Mengarahkan kebijakan perusahaan sehingga, perusahaan tetap berada pada tujuan utama perusahaan tersebut dibentuk

#### 2. Direktur Pelaksana

Merumuskan dan menguji kembali kebijakan-kebijakan dan rencana,

mengatur dan mengevaluasi langsung seluruh kegiatan-kegiatan dari perusahaan dengan dukungan dari manajer-manajer lainnya.

3. Manajer Marketing

4. Manajer Teknik

Bertanggung jawab langsung kepada sutradara dalam mengkoordinasi segala kegiatan yang berhubungan dengan masalah teknik baik lapangan maupun diakntor

5. Head of Acc dan ADM Dept

Bertugas untuk mengelola semua kegiatan administrasi yang ada didalam sebuah perusahaan dan memastikan setiap kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang direncanakan

6. HRD

Bertanggung jawab untuk mengelola karyawan di perusahaan mulai dari merekrut, mempekerjakan, onboarding, pelatihan, dan juga pemutusan hubungan kerja.

7. Marketing SPV

Seseorang yang bertanggung jawab atas pengawasan dan pengelolaan tim pemasaran dalam sebuah perusahaan

8. Teknik SPV

Bertugas untuk pengawasan terhadap kinerja karyawan, memberikan pelatihan atau arahan untuk meningkatkan kinerja karyawan, mengembangkan dan mengevaluasi program kerja, serta membuat laporan kinerja kepada manajemen.

## 9. Sales

Adapun tugas dan wewenang sales yaitu merayu dan membujuk toko untuk membeli produk dan mengambil pesanan di toko.

### 4.1.5 Jenis Jenis Produk Laptop Acer

#### 1. Acer Aspire 3 A314-35



**Gambar 4.2 Acer Aspire 3 A314-35**

Laptop Acer ini diproduksi dengan sebuah prosesor terbaik bernama Intel Celeron N5100. Selain itu, terdapat pula Microsoft Office 2019 yang telah terpasang di dalamnya sehingga memudahkan mahasiswa untuk menjalani berbagai aktivitas belajar online.

#### 2. Acer Aspire Slim 3 A514-54

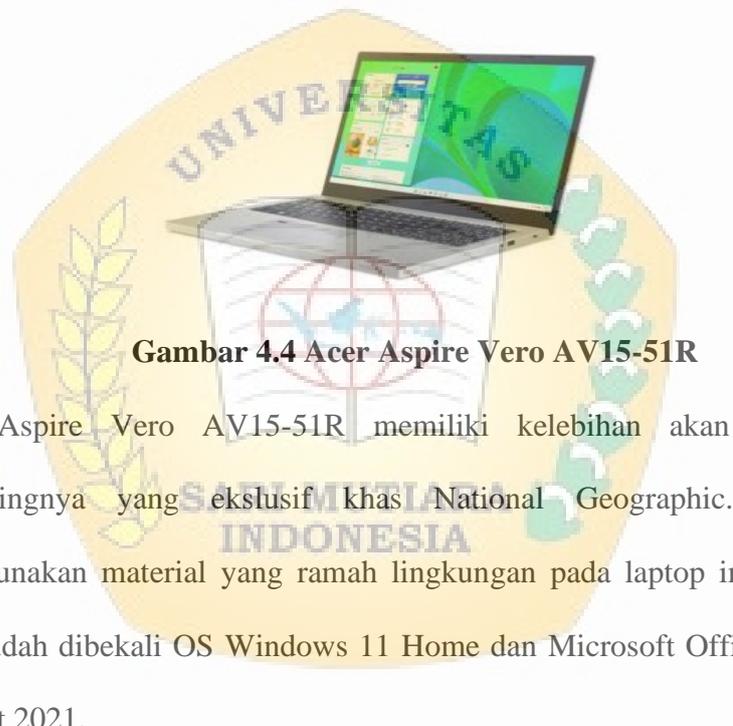


**Gambar 4.3 Acer Aspire Slim 3 A514-54**

Acer Aspire 5 Slim A514-54 tentunya begitu menarik banyak orang.

Desainnya menjadi ciri khas dari seri Aspire 5 Slim dengan warna yang kalem namun terlihat elegan. Laptop dengan layar 14 inci ini juga menawarkan kinerja cepat Intel Core i3-1115G4 dimana sudah didukung cakupan sinyal 360 derajat. Sinyal WiFi bisa tertangkap dengan baik oleh laptop ini. Performa prosesornya diklaim lebih cepat 20% ketimbang seri i3-1005G1.

### 3. Acer Aspire Vero AV15-51R



**Gambar 4.4 Acer Aspire Vero AV15-51R**

Acer Aspire Vero AV15-51R memiliki kelebihan akan desain dan packagingnya yang eksklusif khas National Geographic. Acer juga menggunakan material yang ramah lingkungan pada laptop ini. Laptop ini juga sudah dibekali OS Windows 11 Home dan Microsoft Office Home and Student 2021.

### 4. Acer Aspire Vero AV14-51



**Gambar 4.5 Acer Aspire Vero AV14-51**

Laptop Acer ini desain yang kokoh dan tampil anti mainstream. Desainnya juga dikemas dengan ramah lingkungan yang menjadikannya begitu spesial. Acer tidak segan memberikan layar dengan Color Gamut sRGB 100%.

#### 5. Acer Swift 3 Oled SF314-71



**Gambar 4.6 Acer Swift 3 Oled SF314-71**

Laptop Acer ini membawa kelebihan lewat layar OLED dengan resolusi 2.8 K atau 2880 x 1800 piksel. Kinerjanya didukung Intel Core i5-12500H yang mampu berlari hingga kecepatan 4.5 GHz. Untuk RAM yang dibawanya memiliki ukuran 16GB LPDDR5 dengan SSD 512GB.

## 4.2 Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden pengguna produk laptop acer USM Indonesia berdasarkan usia prodi/semester. Hasil analisis karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 4.2.1 Usia

**Tabel 4.1**

**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

Umur	Frekuensi	Persen
18-22	64	66,7
23-27	23	24,0
28-33	6	6,3
33>	3	3,1
Tota	96	100,0

Sumber: Hasil Olahan Data software statistic (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 96 orang responden, terlihat bahwa responden berumur 18-22 tahun sebanyak 64 orang dengan *persentase* sebesar 66,7 %, responden berumur 23-27 tahun yaitu sebanyak 24 orang dengan *persentase* 24,0 %, responden berumur 28-33 tahun yaitu sebanyak 6 orang dengan *persentase* 6,3 % dan responden berumur > 33 tahun yaitu sebanyak 3 orang dengan *persentase* 3 %, Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden berumur 18-22 tahun lebih dominan pada penelitian ini.

#### 4.2.2 Semester

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Semester**

Semester	Frekuensi	Persen
2	6	6,3
4	5	5,2
6	10	10,4
8	75	78,1
Total	96	100,0

Sumber: Hasil Olahan Data software statistic (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik semester tabel diatas menunjukkan bahwa dari 96 orang responden, terlihat bahwa responden semester dua sebanyak 6 orang dengan *persentase* sebesar 6,3 %, responden semester empat yaitu sebanyak 5 orang dengan *persentase* 5,2 %, responden semester 6 yaitu sebanyak 10 orang dengan *persentase* 10,4 % dan responden semester delapan tahun yaitu sebanyak 75 orang dengan *persentase* 78,1 %, hal ini dapat disimpulkan bahwa responden semester delapan lebih dominan pada penelitian ini.

### 4.2.3 Fakultas

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Fakultas**

Fakultas	Frekuensi	Persen
Pascasarjana	4	4,2
Fakultas Farmasi dan Ilmu Kesehatan	7	7,3
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial	73	76,0
Fakultas Sains dan Teknologi Informasi	7	7,3
Fakultas Pendidikan	5	5,2
Total	96	100,0

Sumber: Hasil olahan data software statistic (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 karakteristik dari segi fakultas tabel diatas menunjukkan bahwa dari 96 orang responden, terlihat bahwa responden fakultas dari paska sarjana sebanyak 4 orang dengan *persentase* sebesar 4,2 %, responden fakultas farmasi dan ilmu sosial yaitu sebanyak 7 orang dengan *persentase* 7,3 %, responden fakultas ekonomi dan ilmu sosial yaitu sebanyak 73 orang dengan *persentase* 76,0 %, responden fakultas sains dan teknologi informasi yaitu sebanyak 7 orang dengan *persentase* 7,3% dan responden fakultas ilmu pendidikan yaitu sebanyak 5 orang dengan *persentase* 5,2%, Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden dari fakultas ekonomi dan ilmu sosial lebih dominan pada penelitian ini.

### 4.3 Deskriptif Jawaban Responden

**Tabel 4.4**

**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.1**

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	19	19,8	19,8	19,8
	TS	10	10,4	10,4	30,2
	KS	8	8,3	8,3	38,5

	S	44	45,8	45,8	84,4
	SS	15	15,6	15,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan Data software statistic (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “laptop acer memiliki harga yang terjangkau oleh semua kalangan mahasiswa”, sebanyak 19 orang (19,8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 orang (10,4%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 8 orang (8,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 44 orang (45,8%) responden menyatakan setuju, dan 15 orang (15,6%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa laptop acer memiliki harga yang terjangkau oleh semua kalangan mahasiswa.

**Tabel 4.5**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9,4	9,4	9,4
	TS	14	14,6	14,6	24,0
	KS	10	10,4	10,4	34,4
	S	50	52,1	52,1	86,5
	SS	13	13,5	13,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data software statistic (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “harga yang ditawarkan laptop acer terjangkau”, sebanyak 9 orang (9,4%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 14 orang (14,6%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 10 orang (10,4%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 50 orang (52,1%) responden menyatakan setuju, dan 13 orang (13,5%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan

secara dominan responden menyatakan setuju bahwa harga yang ditawarkan laptop acer terjangkau.

**Tabel 4.6**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.3**

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	19	19,8	19,8	19,8
	TS	11	11,5	11,5	31,3
	KS	7	7,3	7,3	38,5
	S	36	37,5	37,5	76,0
	SS	23	24,0	24,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “harga laptop acer mampu bersaing dengan laptop lain”, sebanyak 19 orang (19,8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 11 orang (11,5%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang (7,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 36 orang (37,5%) responden menyatakan setuju, dan 23 orang (24,0%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa harga laptop acer mampu bersaing dengan laptop lain.

**Tabel 4.7**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.4**

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	16	16,7	16,7	16,7
	TS	11	11,5	11,5	28,1
	KS	10	10,4	10,4	38,5
	S	44	45,8	45,8	84,4
	SS	15	15,6	15,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Harga laptop acer mampu bersaing dengan produk sejenis yang kualitasnya hampir sama”, sebanyak 16 orang (16,7%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 11 orang (11,5%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 10 orang (10,4%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 44 orang (45,8%) responden menyatakan setuju, dan 15 orang (15,6%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa harga laptop acer mampu bersaing dengan produk sejenis yang kualitasnya hampir Sama.

**Tabel 4.8**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.5**

		X1.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	19	19,8	19,8	19,8
	TS	11	11,5	11,5	31,3
	KS	13	13,5	13,5	44,8
	S	33	34,4	34,4	79,2
	SS	20	20,8	20,8	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Harga laptop acer lebih murah dibandingkan harga laptop lain”, sebanyak 19 orang (19,8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 11 orang (11,5%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 13 orang (13,5%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 33 orang (34,4%) responden menyatakan setuju, dan 20 orang (20,8%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan

secara dominan responden menyatakan setuju bahwa harga laptop acer lebih murah dibandingkan harga laptop lain.

**Tabel 4.9**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.6**

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	14	14,6	14,6	14,6
	TS	12	12,5	12,5	27,1
	KS	10	10,4	10,4	37,5
	S	45	46,9	46,9	84,4
	SS	15	15,6	15,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Harga laptop acer mudah dijangkau dengan memiliki kualitas yang baik”, sebanyak 14 orang (14,6%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 12 orang (12,5%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 10 orang (10,4%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 45 orang (46,9%) responden menyatakan setuju, dan 15 orang (15,6%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa harga laptop acer mudah dijangkau dengan memiliki kualitas yang baik.

**Tabel 4.10**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.7**

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	16	16,7	16,7	16,7
	TS	9	9,4	9,4	26,0
	KS	12	12,5	12,5	38,5
	S	36	37,5	37,5	76,0
	SS	23	24,0	24,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Harga laptop acer sesuai dengan kalangan mahasiswa”, sebanyak 16 orang (16,7%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 9 orang (9,4%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 12 orang (12,5%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 36 orang (37,5%) responden menyatakan setuju, dan 23 orang (24,0%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa harga laptop acer sesuai dengan kalangan mahasiswa.

**Tabel 4.11**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.8**

		X1.8			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	20	20,8	20,8	20,8
	TS	10	10,4	10,4	31,3
	KS	11	11,5	11,5	42,7
	S	33	34,4	34,4	77,1
	SS	22	22,9	22,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Harga laptop acer sesuai dengan manfaat yang diberikan”, sebanyak 20 orang (20,8%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 orang (10,4%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 11 orang (11,5%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 33 orang (34,4%) responden menyatakan setuju, dan 22 orang (22,9%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa harga laptop acer sesuai dengan manfaat yang diberikan.

## Variabel Kualitas Produk X2

**Tabel 4.12**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.1**

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	17	17,7	17,7	17,7
	TS	6	6,3	6,3	24,0
	KS	2	2,1	2,1	26,0
	S	67	69,8	69,8	95,8
	SS	4	4,2	4,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Laptop acer memiliki kemampuan menyelesaikan pekerjaan lebih cepat”, sebanyak 17 orang (17,7%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang (6,3%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang (2,1%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 67 orang (69,8%) responden menyatakan setuju, dan 4 orang (4,2%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa laptop acer memiliki kemampuan menyelesaikan pekerjaan lebih cepat.

**Tabel 4.13**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.2**

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5,2	5,2	5,2
	TS	6	6,3	6,3	11,5
	KS	7	7,3	7,3	18,8
	S	71	74,0	74,0	92,7
	SS	7	7,3	7,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Laptop acer menghasilkan kinerja produk lebih cepat dibandingkan merek lain”, sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang (6,3%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang (7,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 71 orang (74.0%) responden menyatakan setuju, dan 7 orang (7,3%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa laptop acer menghasilkankinerja produk lebih cepat dibandingkan merek lain.

**Tabel 4.14**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.2**

		X2.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9,4	9,4	9,4
	TS	8	8,3	8,3	17,7
	KS	5	5,2	5,2	22,9
	S	58	60,4	60,4	83,3
	SS	16	16,7	16,7	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Laptop Acer mampu memberikan kemudahan penggunaan dalam pemakaian”, sebanyak 9 orang (9,4%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 orang (8,3%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 58 orang (60,4%) responden menyatakan setuju, dan 16 orang (16,7%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa laptop acer mampu memberikan kemudahan penggunaan dalam pemakaian.

**Tabel 4.15**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.4**

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	9,4	9,4	9,4
	TS	9	9,4	9,4	18,8
	KS	11	11,5	11,5	30,2
	S	46	47,9	47,9	78,1
	SS	21	21,9	21,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Laptop Acer mampu memberikan daya tahan mesin sangat baik”, sebanyak 9 orang (9,4%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 9 orang (9,4%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 11 orang (11,5%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 46 orang (47,9%) responden menyatakan setuju, dan 21 orang (21,9%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Laptop Acer mampu memberikan daya tahan mesin sangat baik.

**Tabel 4.16**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.5**

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7,3	7,3	7,3
	TS	5	5,2	5,2	12,5
	KS	8	8,3	8,3	20,8
	S	48	50,0	50,0	70,8
	SS	28	29,2	29,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Laptop Acer memiliki keunggulan produk dari pada produk merek lain”, sebanyak 7 orang (7,3%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 8 orang (8,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 48 orang (50,0%) responden menyatakan setuju, dan 28 orang (29,2%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Laptop Acer memiliki keunggulan produk dari pada produk merek lain.

**Tabel 4.17**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.6**

X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	11,5	11,5	11,5
	TS	5	5,2	5,2	16,7
	KS	6	6,3	6,3	22,9
	S	51	53,1	53,1	76,0
	SS	23	24,0	24,0	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Laptop Acer memberikan kualitas yang lebih baik dibandingkan merek lain”, sebanyak 11 orang (11,5%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 orang (6,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 51 orang (53,1%) responden menyatakan setuju, dan 23 orang (24,0%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Laptop Acer memberikan kualitas yang lebih baik dibandingkan merek lain.

**Tabel 4.18**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.7**

X2.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5,2	5,2	5,2
	TS	5	5,2	5,2	10,4
	KS	3	3,1	3,1	13,5
	S	70	72,9	72,9	86,5
	SS	13	13,5	13,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Laptop Acer mempunyai fitur yang bagus”, sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 3 orang (3,1%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 70 orang (72,9%) responden menyatakan setuju, dan 13 orang (13,5%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa laptop acer mempunyai fitur yang bagus.

#### Variabel Minat Beli (Y)

**Tabel 4.19**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.1**

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5,2	5,2	5,2
	TS	4	4,2	4,2	9,4
	KS	1	1,0	1,0	10,4
	S	48	50,0	50,0	60,4
	SS	38	39,6	39,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya tertarik membeli laptop acer karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman)”. sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 4 orang (4,2%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang (1,0%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 48 orang (50,0%) responden menyatakan setuju, dan 38 orang (39,6%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya tertarik membeli laptop acer karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman).

**Tabel 4.20**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	6	6,3	6,3	7,3
	KS	5	5,2	5,2	12,5
	S	39	40,6	40,6	53,1
	SS	45	46,9	46,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya memiliki kesan yang baik terhadap laptop acer”. sebanyak 1 orang (1,0%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 orang (6,3%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 5 orang (5,2%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 39 orang (40,6%) responden menyatakan setuju, dan 45 orang (46,9%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara

dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya memiliki kesan yang baik terhadap laptop acer.

**Tabel 4.21**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.3**

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	11,5	11,5	11,5
	KS	7	7,3	7,3	18,8
	S	28	29,2	29,2	47,9
	SS	50	52,1	52,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya berminat membeli produk laptop acer setelah melakukan perbandingan dengan laptop lain”. sebanyak 11 orang (11,5%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 7 orang (7,3%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 orang (29,2%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 50 orang (52,1%) responden menyatakan setuju, dan 50 orang (52,1%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya berminat membeli produk laptop acer setelah melakukan perbandingan dengan laptop lain.

**Tabel 4.22**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.4**

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,1	2,1	2,1
	TS	10	10,4	10,4	12,5
	KS	5	5,2	5,2	17,7
	S	28	29,2	29,2	46,9
	SS	51	53,1	53,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya akan terus melakukan pembelian laptop acer”. sebanyak 2 orang (2,1%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 orang (10,4%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 10 orang (10,4%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 28 orang (29,2%) responden menyatakan setuju, dan 51 orang (53,1%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya akan terus melakukan pembelian laptop acer.

**Tabel 4.23**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.5**

		Y.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,1	2,1	2,1
	TS	9	9,4	9,4	11,5
	KS	3	3,1	3,1	14,6
	S	27	28,1	28,1	42,7
	SS	55	57,3	57,3	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya tertarik dengan laptop acer karena murah dan memiliki kualitas yang bagus”. sebanyak 2 orang (2,1%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 9 orang (9,4%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 3 orang (3,1%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 27 orang (28,1%) responden menyatakan setuju, dan 55 orang (57,3%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya tertarik dengan laptop acer karena murah dan memiliki kualitas yang bagus.

**Tabel 4.24**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.6**

Y.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	8	8,3	8,3	9,4
	KS	7	7,3	7,3	16,7
	S	29	30,2	30,2	46,9
	SS	51	53,1	53,1	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya berminat membeli laptop acer karena cocok dengan produknya”. sebanyak 1 orang (1,0%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 orang (8,3%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang (7,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 29 orang (30,2%) responden menyatakan setuju, dan 51 orang (53,1%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya berminat membeli laptop acer karena cocok dengan produknya.

**Tabel 4.25**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.7**

Y.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,1	2,1	2,1
	TS	7	7,3	7,3	9,4
	KS	7	7,3	7,3	16,7
	S	41	42,7	42,7	59,4
	SS	39	40,6	40,6	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya akan menyarankan teman untuk membeli dan menggunakan laptop acer”. sebanyak 2 orang (2,1%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 7 orang (7,3%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 orang (7,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 41 orang (42,7%) responden menyatakan setuju, dan 39 orang (40,6%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya akan menyarankan teman untuk membeli dan menggunakan laptop acer.

**Tabel 4.26**  
**Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.8**

		Y.8			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,1	3,1	3,1
	KS	3	3,1	3,1	6,3
	S	54	56,3	56,3	62,5
	SS	36	37,5	37,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Saya akan terus mencari produk laptop acer terbaru”. sebanyak 3 orang (3,1%) responden menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 orang (3,1%) responden menyatakan tidak setuju, sebanyak 54 orang (56,3%) responden menyatakan kurang setuju, sebanyak 36 orang (42,7%) responden menyatakan setuju, dan 39 orang (40,6%) responden menyatakan sangat setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju bahwa Saya akan menyarankan teman untuk membeli dan menggunakan laptop acer.

#### 4.4 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

##### 4.4.1 Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka kuesioner tersebut valid.
2. jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka kuesioner tersebut tidak valid.

Nilai  $r$ -tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (derajat kebebasan) dengan ketentuan  $df = N-2 =$  Jumlah sampel  $(30-2= 28)$  dan tingkat signifikansi sebesar 10% , maka angka yang diperoleh = 0.3061.

**Tabel 4.27**  
**Hasil Uji Validitas Variabel**

Variabel	Pernyataan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0.843	0.3061	Valid
	X1.2	0.806	0.3061	Valid
	X1.3	0.742	0.3061	Valid
	X1.4	0.846	0.3061	Valid
	X1.5	0.757	0.3061	Valid
	X1.6	0.853	0.3061	Valid
	X1.7	0.778	0.3061	Valid
	X1.8	0.837	0.3061	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.759	0.3061	Valid
	X2.2	0.762	0.3061	Valid
	X2.3	0.709	0.3061	Valid
	X2.4	0.752	0.3061	Valid
	X2.5	0.712	0.3061	Valid
	X2.6	0.759	0.3061	Valid
	X2.7	0.760	0.3061	Valid
Minat beli (Y)	Y.1	0.884	0.3061	Valid
	Y.2	0.903	0.3061	Valid
	Y.3	0.819	0.3061	Valid
	Y.4	0.806	0.3061	Valid
	Y.5	0.892	0.3061	Valid
	Y.6	0.905	0.3061	Valid
	Y.7	0.863	0.3061	Valid
	Y.8	0.881	0.3061	Valid

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r-hitung seluruh pertanyaan variabel-variabel yang digunakan dalam kuesioner penelitian lebih besar dari r-tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan adalah valid.

#### 4.4.2 Uji Realibilitas

Kriteria pengujian reliabilitas yaitu, jika nilai koefisien alpa (*Cronbach Alpha*)  $>0,60$  maka instrumen dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya dan jika nilai koefisien alpa (*Cronbach Alpha*)  $< 0,60$  maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.28**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel**

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
harga (X1)	0.873	0.60	Reliabel
Kualitas produk (X2)	0.896	0.60	Reliabel
Minat beli (Y)	0.890	0.60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan hasil uji realibilitas pada diatas dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), menunjukan bahwa semua variabel memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel harga dan kualitas produk dan minat beli tersebut adalah reliabel.

#### 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat data yang digunakan mengalami penyimpangan asumsi klasik atau tidak. Pada uji asumsi yang dilakukan terdapat

3 uji yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari 3 uji tersebut adalah sebagai berikut.

1. Uji normalitas

Uji normalitas data penelitian ini dilakukan dengan melalui perhitungan regresi yang dideteksi melalui dua pendekatan yaitu uji Kolmogorov Smirnov dan analisa grafik histogram membandingkan antara dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

2. Uji Kolmonogorov-Smirnov

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.29**  
**Hasil Kolmonogrov-Smirnov**

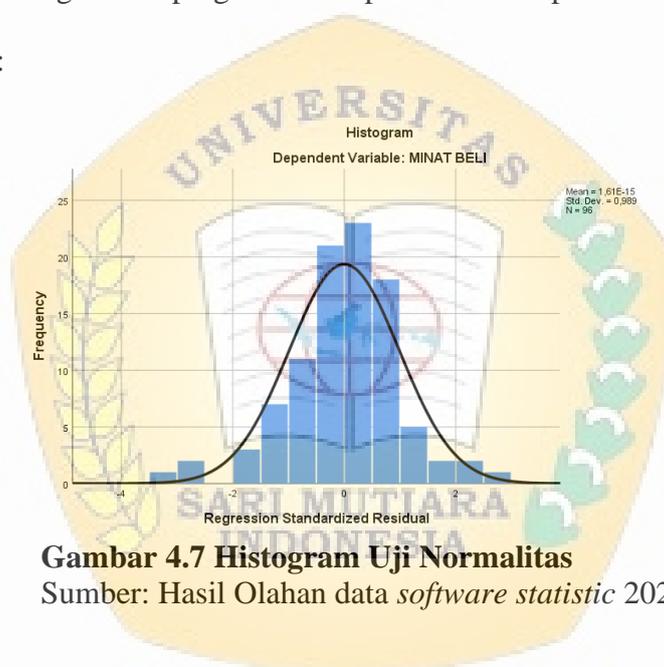
<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,23313688
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,067
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh besarnya Kolmonogorov-Smirnov adalah 0,200. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

### 3. Grafik Histogram

Berikut ini dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal, hal tersebut dapat dilihat dari grafik histogram yang berbentuk lonceng, grafik tersebut tidak miring kesamping kiri maupun kanan seperti terlihat pada gambar berikut:



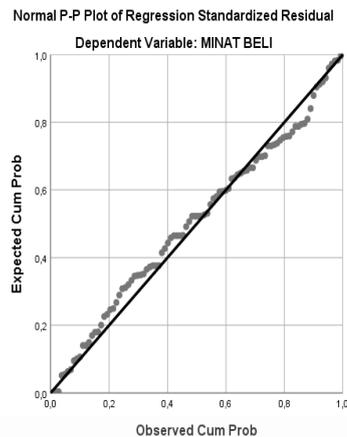
**Gambar 4.7 Histogram Uji Normalitas**

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic* 2023

Berdasarkan Gambar 4.7 diatas dapat dilihat bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data pada grafik histogram tersebut dengan bentuk lonceng.

### 4. Grafik P-P plot

Pendekatan ini dilakukan dengan melihat titik-titik yang tersebar di sepanjang garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data berdistribusi normal.



**Gambar 4.8 Scatterp Uji Normalitas**

Sumber: Hasil Olahan data software statistic 2023

Berdasarkan Gambar 4.8 diatas bahwa dapat terlihat data menyebar disekitar garis diagonal mengikuti. Hal ini berarti data berdistribusi normal.

#### 5. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), apakah model terbebas dari multikolinieritas.

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika nilai Tolerance lebih besar dari  $> 0,10$  maka tidak terjadi Multikolonieritas.
- b. Jika nilai VIF lebih kecil dari  $< 10$  maka artinya tidak terjadi multikolonieritas.

Berikut adalah hasil pengujian dengan uji multikolinieritas:

**Tabel 4.30**  
**Multikolinieritas**

Coefficients								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.844	4.946		.979	.336		
	harga	.524	.194	.537	2.707	.012	.399	2.505
	kualitas produk	.359	.273	.262	1.318	.199	.399	2.505

a. Dependent Variable: minat beli

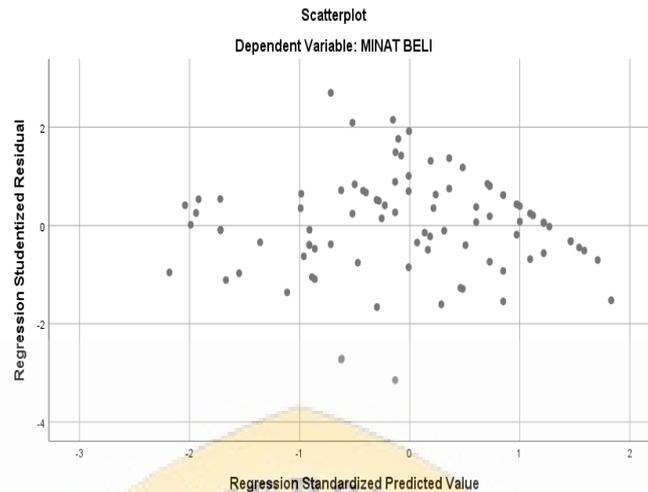
Sumber: Hasil Olahan data software statistic 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar  $0,399 > 0,10$ . Sedangkan nilai VIF untuk harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar  $2.505 < 10$ . Mengacu pada dasar pengambilan minat beli, dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

#### 6. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan yang lain. Beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi, pada penelitian ini menggunakan grafik scatterplot dan uji glejser dengan mengambil keputusan:

## 1. Grafik Scatterplot



Gambar 4.9 Heteroskedastisitas  
Sumber: Hasil Olahan data software statistic 2023

Berdasarkan Gambar 4.9 bahwa grafik scatterplot yang disajikan pada gambar di atas dapat dilihat titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan keputusan menginap berdasarkan masukan variabel independennya.

## 2. Uji Glejser

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  maka tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka mengalami gangguan heteroskedastisitas.

**Tabel 4.31**  
**Glesler**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,213	1,215		2,645	,010
	Harga	,033	,037	,106	,884	,379
	Kualitas Produk	,003	,052	,006	,051	,959

a. Dependent Variable: ADS\_RES

Sumber: Hasil Olahan data software statistic 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh besarnya hasil sig pada variabel harga (X1) adalah 0,379 dan kualitas produk (X2) adalah 0,959. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.

#### 4.6 Uji Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan (simultan) antara dua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**Tabel 4.32**  
**Analisis Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.844	4.946		.979	.336
	harga	.524	.194	.537	2.707	.012
	kualitas produk	.359	.273	.262	1.318	.199

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber: Hasil Olahan data software statistic 2023

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4.844 + 0,524 X_1 + 0,359 X_2 + e$$

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4,844, apabila variabel harga dan kualitas produk dianggap nol, minat beli laptop acer pada mahasiswa universitas sari mutiara indonesia adalah sebesar 4,844.
2. Nilai koefisien harga ( $X_1$ ) sebesar 0,524 menyatakan bahwa setiap kenaikan harga makin baik maka minat beli ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,524.

Nilai koefisien kualitas produk ( $X_2$ ) sebesar 0,359 menyatakan bahwa setiap kenaikan kualitas produk makin baik maka minat bli ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,359.

#### 4.7 Uji Secara Parsial (Uji T)

Uji parsial atau disebut juga uji t dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas ( $X$ ) secara parsial (sendiri-sendiri/masing-masing variabel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ) pada uji t didasarkan oleh:

- a. Jika nilai Sig. < 0,05 maka variabel bebas ( $X$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ) atau  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai Sig. > 0,05 maka variabel bebas ( $X$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ) atau  $H_0$  diterima

Tingkat signifikan 10% (0,1),  $df = (n-k)$

$n$  = jumlah sampel,  $n = 96$

$k = \text{jumlah variabel yang digunakan} = 3$

$t \text{ tabel} = (\alpha/2; n-k) = (0,1/2; 96-3) = (0,05; 93) = 1.661$

**Tabel 4.33**  
**Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.844	4.946		.979	.336
	harga	.524	.194	.537	2.707	.012
	kualitas produk	.359	.273	.262	1.318	.199

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic 2023*

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat pengaruh dari variabel harga secara parsial yaitu diperoleh hasil pengujian dan berkaitan dengan teori variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel harga yaitu  $\text{sig sebesar } 0,000 < 0,05$  dan nilai *t-hitung* sebesar  $2,707 > t\text{-tabel } 1,661$ . maka  $H_1$  diterima. Demikian diambil kesimpulan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y).

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pengaruh dari variabel kualitas produk secara parsial yaitu diperoleh hasil pengujian dan berkaitan dengan teori variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel kualitas produk yaitu  $\text{sig sebesar } 0,000 < 0,05$  dan nilai *t-hitung* sebesar  $1,318 > t\text{-tabel } 1,661$ . maka  $H_2$  diterima. Demikian diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y).

#### 4.8 Pengujian secara Simultas (Uji f)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan Harga mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat yakni minat beli. Kriteria pengambilan keputusannya adalah:

1.  $H_0$  diterima jika nilai  $f$  hitung  $<$  nilai  $f$  tabel atau nilai sig  $>$  0,05
2.  $H_a$  diterima jika nilai  $f$  hitung  $>$  nilai  $f$  tabel atau nilai sig  $<$  0,05
3.  $Df_1$  (Pembilang) =  $k-1 = 3-1=2$

$Df_2$  (Penyebut) =  $n-k = 96-3 = 93$  maka nilai  $f$  tabel = 3,09.

**Tabel 4.34**  
**Hasil Pengujian Secara Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	283.393	2	141.697	18.278	.000 <sup>b</sup>
	Residual	209.307	27	7.752		
	Total	492.700	29			

a. Dependent Variable: minat beli

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, harga

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic 2023*

Berdasarkan Tabel 7.5 diatas dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} (18,278) > F_{tabel}$  yaitu  $>$  3,09 dan nilai signifikan = 0,000  $<$  0,05. Hal ini berarti variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli laptop acer pada mahasiswa universitas sari mutiara indonesia.

## 4.9 Uji Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.35**  
**Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,837 <sup>a</sup>	,701	,694	3,268

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Hasil Olahan data *software statistic 2023*

Berdasarkan Tabel 7.6 diatas dapat dilihat bahwa nilai R square yaitu sebesar 0.701 atau 70,1%, dimana nilai koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan kualitas produk terhadap minat beli adalah kuat, sedangkan sisanya sebesar 29.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti variabel promosi, kualitas pelayanan dan lain-lain.

## 4.10 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.10.1 Pengaruh Harga (X1) Terhadap Minat Beli (Y)

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_1$  diterima yaitu Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli laptop acer pada masiswa Universitas Sari Mutiara indonesia dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,707 > 1,661$ ) dengan  $0,000 < 0,05$ .

Pada penelitian ini variabel harga diukur melalui 4 indikktor yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga ddenga kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator keterjangkauan harga yang menyatakan setuju lebih banyank adalah pernyataan tentang harga laptop acr

terjangkau oleh semua kalangan mahasiswa, kemudian diikuti dengan indikator kesesuaian produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk.

#### **4.10.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y)**

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis H<sub>2</sub> diterima yaitu harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli laptop acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $1,318 > 1,661$  dengan  $0,000 < 0,05$ .

Pada penelitian ini variabel harga diukur melalui 5 indikator yaitu kemampuan dalam bekerja, Kemudahan penggunaan, kemudahan konsumen dalam menggunakan produk daya tahan produk, dan keunggulan produk, kelebihan yang dimiliki oleh produk tertentu dan atribut produk. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa tanggapan responden untuk indikator kemampuan dalam bekerja yang menyatakan setuju lebih banyak adalah laptop acer memiliki kemudahan penggunaan dan diikuti dengan indikator daya tahan produk, keunggulan produk dan atribut produk.

#### **4.10.3 Pengaruh Harga (X1) Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y)**

Berdasarkan hasil Uji f simultan pada tabel dapat dilihat nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$   $(18,278 > 3,09)$  dan nilai signifikannya  $0,000 < 0,05$ . Yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli laptop acer pada mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang dilakukan dengan bantuan SPSS tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadapapp Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Universitas Sari Muutiara Indonesia Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 96 responden mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia. Harga ( $X_1$ ) pengaruh secara parsial terhadap minat beli ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari hasil signifikan yaitu sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,707 > 1,661$  dengan maka  $H_1$  diterima.
2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 96 responden mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia. Kualitas ( $X_2$ ) pengaruh secara parsial terhadap minat beli ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari hasil signifikan yaitu sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,318 > 1,661$  dengan maka  $H_2$  diterima.
3. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 96 responden mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas produk ( $X_2$ ) secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli ( $Y$ ). Hal ini dapat dari nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$   $18,278 > 3,09$  atau nilai signifikannya sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0.701 atau 70,1%, dimana nilai koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa hubungan

antara harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) adalah kuat, sedangkan sisanya sebesar 29.9% yang dipengaruhi oleh variabel di luar variabel dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka selanjutnya penulis menyampaikan saran-saran yang semoga mampu memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Saran-saran yang disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Kebijakan penetapan harga terhadap minat beli laptop acer diharapkan menjadi perhatian utama perusahaan. Diharapkan perusahaan dapat terus mempertahankan keterjangkauan harga dan penyesuain harga laptop acer dengan kualitas produknya dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. Sehingga konsumen tidak akan beralih ke produk yang lain.
2. Perusahaan dapat mampu memberikan kualitas produknya kepada konsumennya serta membuat inovasi terbaru sehingga konsumen tidak merasa bosan menggunakan produk yang telah diproduksi sehingga dapat meningkatkan minat beli
3. Bagi Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain harga dan kualitas produk yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen minat beli serta menambah jumlah sampel dan kriteria sampel sehingga target penelitian ini dapat tercapai dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latief (2018) Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 7, No.1.
- Dijihan A. W. & Tri I. W. (2021) Pengaruh Harga dan kualitas Produk terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong) *e-Proceeding of Management*; Vol.8, No.5.
- Eka Prasetya, (2020) Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada PT Primajaya Multi Techonology.
- Hardayanti, & Prabantoro, Gatot. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Citra Merek (Brand Image) Dan Bintang Iklan (Celebrity Endorser) Terhadap Minat Beli Komestik Focallure. *Sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia, jakarta*.
- Maimun, H, B, H. (2018) Pengaruh Harga, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen sepatu All Star Original. Skripsi.
- Martina Anggara H. & Rosi Devi Y. (2020) Pengaruh Strategi Penetapan Harga Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto. Volume 5 Nomor 1.
- Maulana, F. (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk Poyu).Skripsi.
- Michael R. A. & Yunita Budi R. S. (2021) Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal CAPITAL*, Volume. 3 No. 1
- Muhmadmmad Amir, (2018) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada PT. Genius Alva Makassar. *STIE Tri Dharma Nusantara Makassar*.
- Nico Rifanto Halim & Donant Alananto Iskandar (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 4, No. 3.

- Putu Lia Pramesti Anggarani, dkk; (2022) Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurna Emas* Vol 3 Nomor 2.
- Rifqki S. F. & Arlin Ferlina M. T. (2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus *Jurnal Indonesia Membangun* Vol. 17 NO. 2.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *STIE Semarang*, Vol 8, No. 2.
- Sugiyanto, & Herry Widagdo (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, *Word Of Mouth*, Dan Citra Merek Terhadap Minat Konsumen Pada Laptop Merek Acer Di Kota Palembang. *STIE Multi* Vol. 2 No. 2
- Taopik Hidayat & Neng Sri W. (2022) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Studi Kasus Pada Milk And Food Pom Saba Embe. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 11 No.4.
- Thommson, dkk; 2021 Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop merek Acer.
- Tri Putri H, S. & Ir. Wasisi G, MM (2020) Pengaruh Kualitas Produk Dan citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Unsurja*. Vol. 1, No. 1

**Lampiran 1**  
**Kuesioner**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI LAPTOP ACER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SARI  
MUTIARA INDONESIA**

Saya mohon kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner saya yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia.

A. Data Responden

Nama Responden :

Umur : 1. 18-22    2. 23-27    3. 28-33    4. 33>

Semester : 1. 2 (Dua)    2. 4 (Empat)    3. 6 (Enam)    4. 8 (Delapan)

Fakultas : 1. Paska Sarjana

2. Fakultas Farmasi Dan Ilmu Kesehatan

3. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial

4. Fakultas Sains Dan Teknologi Informasi

5. Fakultas Pendidikan

## B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda checklist (√) pada kolom yang anda anggap setuju dengan jawaban pada anda. Berikut Keterangan Jawaban Dan Skor Penilaian.

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Variabel Harga

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Laptop acer memiliki harga yang terjangkau oleh semua kalangan mahasiswa					
2	Harga yang ditawarkan laptop acer terjangkau					
3	Harga laptop acer mampu bersaing dengan laptop yang lain					
4	Harga laptop acer mampu bersaing dengan produk sejenis yang kualitasnya hampir sama					
5	Harga laptop acer lebih murah dibanding laptop lain					
6	Harga laptop acer mudah dijangkau dengan memiliki kualitas yang baik					
7	Harga laptop acer sesuai dengan kalangan mahasiswa					
8	Harga laptop acer sesuai dengan manfaat yang diberikan					

## Variabel Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Laptop acer memiliki kemampuan menyelesaikan pekerjaan lebih cepat					
2	Laptop Acer menghasilkan kinerja produk lebih cepat dibandingkan merek lain					
3	Laptop acer mampu memberikan kemudahan penggunaan dalam pemakaian					
4	Laptop Acer mampu memberikan Daya tahan mesin sangat baik					
5	Laptop Acer memiliki keunggulan produk dari pada merek lain					
6	Laptop Acer memberikan kualitas yang lebih baik dibandingkan merek lain					
7	Laptop acer mempunyai fitur yang bagus					

## Variabel Minat Beli

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik membeli laptop acer karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman)					
2	Saya memiliki kesan yang baik terhadap laptop acer					
3	Saya berminat membeli produk laptop acer setelah melakukan perbandingan dengan laptop lain					
4	Saya akan terus melakukan pembelian laptop acer					
5	Saya tertarik dengan laptop acer karena murah dan memiliki kualitas yang bagus					
6	Saya berminat membeli laptop acer karena					

	cocok dengan produknya					
7	Saya akan menyarankan teman untuk membeli dan menggunakan laptop acer					
8	Saya akan terus mencari produk laptop acer terbaru					

### Lampiran 2

#### DAFTAR DISTRIBUSI JAWABAN 30 RESPONDEN UNTUK UJI

#### VALIDITAS DAN REABILITAS

HARGA (X)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
4	4	4	4	3	3	3	4	29
4	4	4	4	3	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4		5	4	3	3	3	4	26
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	4	4	37
4	4	5	5	3	5	5	4	35
4	4	3	3	3	4	4	4	29
5	4	4	4	5	4	5	5	36
5	4	5	4	4	5	4	5	36
5	5	4	3	5	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	2	3	4	3	1	4	2	24
5	5	5	5	4	4	5	4	37
4	4	4	4	2	4	3	4	29
4	4	5	3	2	4	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	2	5	4	2	1	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	4	4	4	34
5	5	5	4	2	3	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	4	31

4	4	4	4	3	4	4	3	30
3	4	3	4	2	2	3	4	25

KUALITAS PRODUK (X2)							
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
4	4	3	4	4	4	4	27
4	3	4	3	3	3	4	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	4	4	4	4	27
5	5	5	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	4	34
5	4	4	4	4	3	4	28
5	4	4	4	4	4	4	29
4	5	5	4	4	4	4	30
5	4	4	4	4	5	5	31
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	3	5	4	5	2	26
4	4	4	5	5	4	5	31
4	3	4	4	3	3	4	25
4	4	3	3	3	4	5	26
5	5	5	5	5	5	5	35
4	3	5	2	4	2	4	24
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	5	4	4	4	28
4	4	4	4	3	3	3	25
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	4	5	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	3	3	4	25
4	4	4	4	5	3	4	28

MINAT BELI (Y)								
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	5	4	4	34
3	3	5	4	5	4	4	5	33
4	4	3	3	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	5	5	5	5	37
3	4	4	5	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	5	5	4	4	4	4	3	31
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	4	3	4	4	4	4	31
5	4	4	4	5	4	4	3	33
5	5	5	5	5	5	4	4	38
2	5	3	2	2	3	4	5	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	4	5	36
3	4	5	3	4	4	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	2	2	2	3	4	4	25
2	3	3	3	2	3	4	4	24

## Lampiran 3

## DAFTAR DISTRIBUSI JAWABAN 96 RESPONDEN

HARGA (X1)								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	3	3	4	4	29
3	4	5	2	4	3	5	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	4	5	5	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	4	5	5	5	37
4	5	5	5	4	4	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	4	4	3	5	34
5	4	4	2	2	2	2	2	23
3	4	2	4	3	2	5	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	4	4	4	34
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	2	4	5	3	5	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	3	3	4	4	5	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	3	4	4	4	31
1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	5	5	4	5	3	5	4	36
3	3	4	4	3	3	4	4	28

5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	3	4	4	4	30
4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	3	4	4	4	5	5	5	35
3	5	4	3	4	3	4	5	31
4	5	3	4	5	3	5	4	33
5	4	3	2	3	5	4	5	31
5	4	3	1	2	5	4	2	26
3	3	4	4	3	2	2	2	23
5	4	4	5	4	4	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	2	2	2	2	2	3	4	21
4	4	5	5	2	4	3	3	30
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	5	4	4	37
5	5	4	4	3	4	4	4	33
5	5	4	4	3	4	4	4	33
4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	5	4	5	5	5	5	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	4	4	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	4	3	29
5	3	5	5	4	4	5	5	36
4	4	4	4	3	4	3	4	30
5	4	5	5	4	4	5	5	37
4	4	5	5	4	5	5	5	37
5	5	5	4	4	4	5	5	37
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	4	3	4	4	29
5	4	4	4	4	5	4	4	34
2	2	4	5	1	5	3	4	26
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	5	4	4	3	4	4	4	32

5	5	4	4	5	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	3	3	4	4	4	33
4	4	4	5	4	3	3	4	31
3	4	4	2	1	2	3	3	22
5	2	3	4	1	4	5	2	26
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	3	3	3	4	2	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	3	2	2	4	3	2	24
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	4	4	5	5	5	5	37
5	5	4	4	3	4	4	4	33
5	3	3	5	2	3	5	3	29
5	4	4	3	2	4	5	4	31
4	4	4	4	3	5	4	3	31
4	3	4	5	4	3	2	2	27

KUALITAS PRODUK (X2)							
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	5	4	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	4	4	4	4	30
4	3	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	2	3	3	3	22
4	3	5	5	4	3	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	5	5	5	33
5	4	4	5	5	4	4	31

5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	4	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	29
2	2	4	4	3	3	4	22
5	3	5	3	5	2	5	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	5	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	3	2	5	4	3	23
5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	3	3	4	29
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
5	2	1	1	1	1	1	12
3	3	4	4	3	4	4	25
4	3	4	3	3	3	3	23
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	4	4	5	28
4	5	4	1	4	4	4	25
2	3	4	4	5	4	3	25
3	1	2	4	3	5	4	22
5	4	5	4	3	3	2	26
5	3	1	4	2	1	4	20
2	2	3	3	3	3	3	19
4	5	5	4	4	5	4	31
4	5	5	4	4	4	4	30
4	5	3	4	4	4	4	28
2	2	3	4	4	2	4	21
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	5	5	5	5	32
4	3	4	4	4	3	4	26
4	3	4	4	4	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	5	5	4	4	4	30

4	4	4	4	3	3	4	26
5	5	5	4	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	3	3	4	25
5	5	4	4	3	4	5	30
3	3	4	4	3	3	4	24
4	4	4	4	4	5	4	29
5	5	5	5	4	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	35
3	3	4	4	3	3	4	24
5	4	4	4	4	4	4	29
4	3	4	4	3	4	4	26
4	4	4	4	4	5	5	30
5	5	4	4	4	4	3	29
3	3	4	3	3	3	4	23
4	4	4	4	3	4	4	27
5	4	5	5	5	5	4	33
4	3	4	3	3	3	4	24
4	4	5	5	4	5	5	32
5	5	5	5	5	5	5	35
4	3	4	4	4	4	4	27
4	3	4	3	4	3	4	25
4	4	4	4	5	4	4	29
3	4	3	4	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	3	4	3	4	26
4	4	4	4	3	3	3	25
4	2	3	4	5	1	5	24
2	3	3	4	3	2	4	21
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	2	1	4	25
5	5	5	5	5	5	5	35
3	3	4	4	4	3	4	25
5	5	1	2	3	2	1	19
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	3	3	4	26
4	5	4	4	3	2	4	26
3	4	5	4	3	3	2	24

4	4	3	3	2	5	4	25
4	5	3	4	3	2	3	24

MINAT BELI (Y)								
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	2	2	2	2	2	5	2	19
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	2	2	4	24
5	3	3	3	4	5	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	2	4	4	5	4	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	5	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	5	5	5	3	5	5	3	34
5	4	5	5	4	5	4	4	36
4	4	5	5	4	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	5	3	5	3	5	31
5	5	5	5	5	5	3	2	35
5	4	3	3	4	4	4	5	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	3	4	3	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	3	4	4	4	4	30

5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	5	4	4	33
2	1	3	4	5	2	4	4	25
4	2	3	3	4	5	5	4	30
4	4	4	3	3	3	4	4	29
4	3	3	4	2	3	4	3	26
3	3	2	3	3	3	3	3	23
5	4	4	4	4	5	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	2	4	3	3	24
4	5	3	1	3	4	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	4	5	4	5	38
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	5	5	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	5	3	5	4	5	4	4	35
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	5	4	4	5	5	5	5	37
5	4	4	5	5	4	5	4	36
4	4	4	3	4	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	5	5	33
4	4	5	4	4	4	4	4	33
5	1	5	4	4	5	3	1	28
4	4	3	3	4	4	4	3	29
4	3	4	3	4	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	3	3	3	4	4	29
5	4	5	5	4	5	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	4	4	4	4	4	31

3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	4	3	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	3	4	4	4	4	29
4	4	5	5	4	4	3	4	33
2	1	3	2	4	5	1	3	21
1	5	4	3	2	4	4	5	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	2	3	4	3	2	4	23
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	2	1	2	1	2	4	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	4	4	3	4	33
4	3	4	5	5	3	4	5	33
2	2	3	5	4	2	1	4	23
3	4	1	1	2	4	1	5	21
5	2	1	2	2	2	4	1	19



## Lampiran 4

## Hasil Determinasi (R)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703

## Lampiran 5

## Hasil Uji Secara Parsial (T)

df=(n- k)	$\alpha =$ 0.05	$\alpha =$ 0.025	df=(n- k)	$\alpha =$ 0.05	$\alpha =$ 0.025
1	6,314	12,706	51	1,675	2,008
2	2,920	4,303	52	1,675	2,007
3	2,353	3,182	53	1,674	2,006
4	2,132	2,776	54	1,674	2,005
5	2,015	2,571	55	1,673	2,004
6	1,943	2,447	56	1,673	2,003
7	1,895	2,365	57	1,672	2,002
8	1,860	2,306	58	1,672	2,002
9	1,833	2,262	59	1,671	2,001
10	1,812	2,228	60	1,671	2,000
11	1,796	2,201	61	1,670	2,000
12	1,782	2,179	62	1,670	1,999
13	1,771	2,160	63	1,669	1,998
14	1,761	2,145	64	1,669	1,998
15	1,753	2,131	65	1,669	1,997
16	1,746	2,120	66	1,668	1,997
17	1,740	2,110	67	1,668	1,996
18	1,734	2,101	68	1,668	1,995
19	1,729	2,093	69	1,667	1,995
20	1,725	2,086	70	1,667	1,994
21	1,721	2,080	71	1,667	1,994
22	1,717	2,074	72	1,666	1,993
23	1,714	2,069	73	1,666	1,993
24	1,711	2,064	74	1,666	1,993
25	1,708	2,060	75	1,665	1,992
26	1,706	2,056	76	1,665	1,992
27	1,703	2,052	77	1,665	1,991
28	1,701	2,048	78	1,665	1,991

29	1,699	2,045	79	1,664	1,990
30	1,697	2,042	80	1,664	1,990
31	1,696	2,040	81	1,664	1,990
32	1,694	2,037	82	1,664	1,989
33	1,692	2,035	83	1,663	1,989
34	1,691	2,032	84	1,663	1,989
35	1,690	2,030	85	1,663	1,988
36	1,688	2,028	86	1,663	1,988
37	1,687	2,026	87	1,663	1,988
38	1,686	2,024	88	1,662	1,987
39	1,685	2,023	89	1,662	1,987
40	1,684	2,021	90	1,662	1,987
41	1,683	2,020	91	1,662	1,986
42	1,682	2,018	92	1,662	1,986
43	1,681	2,017	93	1,661	1,986
44	1,680	2,015	94	1,661	1,986
45	1,679	2,014	95	1,661	1,985
46	1,679	2,013	96	1,661	1,985
47	1,678	2,012	97	1,661	1,985
48	1,677	2,011	98	1,661	1,984
49	1,677	2,010	99	1,660	1,984
46	1,679	2,013	96	1,661	1,985
47	1,678	2,012	97	1,661	1,985
48	1,677	2,011	98	1,661	1,984
49	1,677	2,010	99	1,660	1,984

## Lampiran 6

## Hasil Pengujian Simultan (F)

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75

<b>122</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>123</b>	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>124</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>125</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>126</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>127</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>128</b>	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
<b>129</b>	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
<b>130</b>	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
<b>131</b>	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
<b>132</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
<b>133</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
<b>134</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
<b>135</b>	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

