

Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Kasus Pada Konsumen Laptop Asus di Kota Surabaya)

Suyono

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya
yonoyuli431989@gmail.com

Y. B. Trisno Ingky. F

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya
trisnobutenk@gmail.com

Korespondensi penulis : yonoyuli431989@gmail.com

Abstract. Competition in the laptop industry today is getting tougher. Each of these laptop manufacturers creates laptop products that have good quality, to be able to have a competitive advantage in the laptop industry. This study aims to explain the influence of brand image, price, and product quality in influencing purchasing decisions from ASUS brand laptops and which ones have the greatest influence on purchasing decisions on ASUS brand laptops. Brand image is a requirement of a strong brand. So if the manufacturer creates a brand image, that image will be difficult to erase from the memory of consumers. In creating a brand image, manufacturers must slowly and carefully so that the brand image they create can attract and make consumers always remember the brand.

Keywords : Brand image, price, product quality, purchase decision

Abstrak. Persaingan dalam dunia industri laptop saat ini semakin ketat. Masing-masing dari produsen laptop tersebut menciptakan produk laptop yang memiliki kualitas yang baik, untuk dapat memiliki keunggulan bersaing dalam industri laptop. Pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian dari laptop merek ASUS dan mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian pada laptop merek ASUS. Citra merek merupakan syarat suatu dari merek yang kuat. Jadi jika produsen menciptakan citra merek, citra tersebut akan sulit dihapus dari ingatan para konsumen. Dalam menciptakan citra merek, produsen harus pelan-pelan dan teliti agar citra merek yang mereka buat mampu menarik dan membuat konsumen selalu ingat akan merek tersebut.

Kata Kunci : Citra merek, harga, kualitas produk, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan laptop di Indonesia saat ini sangat pesat setiap tahunnya. Pasalnya, permintaan konsumen terhadap laptop ini cenderung bertambah sehingga pertumbuhan laptop di Indonesia menjadi berkembang. Tidak hanya itu saja, meningkatnya fungsi dari laptop menjadikan laptop semakin digemari oleh banyak orang terutama orang – orang yang kini sudah merasakan sendiri keunggulan yang diciptakan oleh laptop kita. Laptop adalah sebuah produk teknologi yang berisi sistem lunak dan hardware yang difungsikan untuk mampu menjalankan kinerja laptop secara maksimal. Sistem lunak diartikan sebagai aplikasi laptop

yang digunakan untuk menjalankan setiap input yang dimasukkan oleh penggunanya. Sistem lunak ini tidak bersinggungan langsung dengan penggunanya namun dengan kehadiran sistem lunak semua masukan pengguna bisa dijalankan dengan begitu mudahnya.

Selain sistem lunak, pengguna laptop juga tidak asing lagi dengan yang namanya hardware. Sistem ini langsung bersinggungan dengan penggunanya. Diantara 2 sistem yang dijalankan dalam laptop ini, sesungguhnya perjalanan laptop di pasaran mulai dulu hingga tahun ini telah mengalami banyak perubahan. Tingkat perubahan jumlah laptop di pasaran ini diartikan sebagai pertumbuhan laptop di Indonesia. Perangkat laptop yang senantiasa digunakan oleh konsumen ini diperkirakan akan terus naik di tahun depan setelah jumlahnya meningkat dari tahun ini yang jumlahnya 1.4 juta unit. Inilah salah satu perkembangan laptop di Indonesia sangat memuaskan, maka bisa diketahui bahwa konsumen sudah bisa merasakan manfaat dari sebuah laptop itu sendiri. Banyaknya laptop/notebook yang hadir dalam persaingan pasar di Indonesia yang menyajikan berbagai pilihan merek, harga, dan kualitas produk bagi konsumen di Indonesia. Harga serta kualitasnya bersaing dengan merek smartphone lainnya yang sudah terlebih dahulu ada. Tak lupa, Asus juga memproduksi sebuah tablet yang memiliki layar besar dengan teknologi touchscreen .

Asus merupakan salah satu perusahaan yang berkecimpung di dunia persaingan laptop/ notebook. Merek Asus tentu sudah tidak asing lagi bagi orang Indonesia. Pasalnya, perusahaan ini terkenal sebagai merek laptop berkualitas dengan harga yang bisa dibilang bersahabat. Selain menjual laptop, Asus juga telah memproduksi berbagai macam komponen laptop lainnya. Sebut saja beberapa diantaranya seperti RAM, Motherboard, Notebook, Monitor LCD dan masih banyak lagi. Setelah sukses dengan perangkat laptop beserta komponen lainnya, perusahaan asal Taiwan ini juga telah memproduksi smartphone dan juga tablet yang tidak kalah canggih. Seperti produk laptopnya, smartphone Asus yang menggunakan sistem operasi android juga dijual dengan harga yang ramah kantong.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Selain (2018, hal.18) penelitian kuantitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa angka – angka dan umumnya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial.

Artinya angka yang didapatkan diolah dan dicari tahu pengaruhnya terhadap rumusan masalah penelitian yang telah ditentukan.

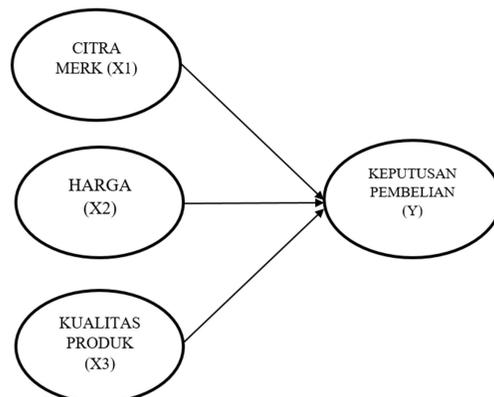
Populasi dan Sampel

Menurut pendapat Arikunto, sampel adalah Sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Jika penelitian yang dilakukan Sebagian dari populasi maka bisa dikatakan bahwa penelitian tersebut adalah penelitian sampel. Sebab peneliti dijamin akan mengambil beberapa populasi saja untuk diteliti secara mendalam. Dari penelitian ini bahwa customer laptop Asus tertarik dengan citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop Asus. dari data yang diambil, sampel customer laptop Asus di Skytech laptop Surabaya yaitu 100 responden yang terdiri dari 50 laki – laki dan 50 perempuan berusia 24 – 30 tahun yang diambil untuk dijadikan sampel pada penelitian ini.

Instrumen Penelitian

Menurut Situmorang & Lufti (2014, hal. 79) Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti ingin mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktek belum tentu data yang terkumpulkan adalah data yang valid. Untuk melihat validitas maka nilai Corrected Item-Total Correlation dibandingkan dengan tabel r, misalkan untuk jumlah sampel 30, maka nilai r tabel sebesar 0,361. Untuk itu nilai r hitung pada Corrected Item-Total Correlation dibandingkan dengan tabel r(0,361), jika nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari 0,361, maka butir dinyatakan valid. Begitu juga sebaliknya (Situmorang & Lufti, 2014, hal. 79).

KERANGKA BERPIKIR



Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka berpikir menggambarkan hubungan dari variabel independen dalam hal ini adalah pengaruh Citra Merek (X1), Harga Produk (X2), Kualitas Produk (X3) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) yang dilakukan oleh konsumen Laptop ASUS.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan ke responden.

2. Penelitian kepustakaan (Library Research)

Yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data dari berbagai literature, seperti dari berbagai media, dan buku-buku teori yang dapat digunakan sebagai landasan teoritis serta referensi dalam penyusunan proposal ini.

Jenis Data dan Sumber Data

Dalam memperoleh data, penulis menggunakan data primer dan data sekunder. Berikut adalah penjelasan dari kedua jenis data tersebut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset (Malhotra, 2005). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dengan penyebaran kuisisioner kepada responden sebagai sumber informasi.

b. Data Sekunder (Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A., 1998)

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi (Malhotra, 2005). Data sekunder dalam penelitian

ini adalah datayang diperoleh dari literatur, studi pustaka dan media online sebagai informasi pendukung penelitian.

Cara Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2010), metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey, yaitu dengan menyebarkan angket kepada responden yang akan diteliti. Angket yang disebarkan berupa pernyataan-pernyataan yang akan diukur dengan skala Likert. Dalam angket tersebut terdapat dua bagian, bagian pertama berisi tentang data responden, sedangkan bagian kedua berisi tentang pernyataan-pernyataan yang mewakili indikator-indikator dalam variabel yang diteliti.

Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item – item yang dituangkan dalam instrument penelitian (dalam Sugiarto, 2016 : 38).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu kuantitatif . Berikut adalah penjelasannya :

Teknik Analisis Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang sifatnya numerik atau dapat dihitung karena berbentuk angka statistik. Data kuantitatif didapatkan dari kuesioner, angket, atau survei. Karena data yang didapat dalam bentuk angka, maka teknik analisisnya juga menggunakan model matematika atau statistik. Teknik analisis kuantitatif terbagi menjadi dua macam, yaitu :

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan cara memahami rekam jejak data di masa lalu untuk mendapatkan suatu kesimpulan penelitian. Teknik deskriptif ini biasanya digunakan ketika penelitian menggunakan data yang sangat banyak jumlahnya, seperti misalnya adalah data demografi dari sensus penduduk.

b. Analisis Statistik

Teknik analisis inferensial adalah cara mengolah data dengan metode statistik. Biasanya penghitungan dengan metode statistik dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mendapatkan hasilnya. Nantinya, kesimpulan yang di dapat dari perhitungan akan dijadikan sebagai kesimpulan penelitian yang sifatnya digeneralisasikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dapat dilihat dari *corrected item correlation* yang lebih besar daripada r tabel. Adapun nilai r tabel dapat diketahui dengan melihat tabel dengan yang disesuaikan *degree of freedom* (df) yaitu jumlah sampel $(n) - 2 = 97$, yaitu 0,1966 (dibulatkan = 0,197). Kaidah yang berlaku adalah :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel (0,197), maka butir pertanyaan valid
- b. Jika r hitung \leq r tabel (0,197), maka butir pertanyaan tidak valid.

Tabel 4.3

Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,822	0,197	Valid
Pertanyaan 2	0,831	0,197	Valid
Pertanyaan 3	0,681	0,197	Valid

Hasil

Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada semua butir pertanyaan variabel citra merek (X1)

menunjukkan r hitung lebih dari angka r tabel (0,197), atau dengan kata lain r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Asus.

Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Menunjukkan bahwa hasil uji validitas ada variabel harga (X2) menunjukkan r hitung > dari r tabel sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Asus.

Hasil Uji Validitas Kualitas produk (X3)

Menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel kualitas produk (X3) menunjukkan r hitung > dari r tabel. sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Asus.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi berganda di atas dapat disimpulkan persamaan regresi berganda yang ada menjadi :

$$Y = 2,983 + 0.255 X_1 + 0.120 X_2 + 0.651 X_3$$

keputusan pembelian adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument penelitian apabila instrument tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu obyek atau responden. Salah 1 cara untuk menguji ini adalah dengan melihat nilai Cronbach Alpha yang terbentuk. Adapun kaidah pengambilan keputusan untuk mengukur reliabilitas adalah :

1. Jika angka reliabilitas Alpha lebih dari angka 0,6 maka variabel tersebut reliabel.
2. Jika angka reliabilitas Alpha kurang dari angka 0,6 maka variabel tersebut tidak reliabel.

Berikut adalah tabel reliabilitas dari ke 3 variabel penelitian ini, citra merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3), dan keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa Variabel Citra Merek memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus di kota Surabaya.
2. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa Variabel Harga Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus di kota Surabaya.
3. Hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa Variabel Kualitas Produk memiliki

pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus di kota Surabaya.

4. Hasil uji penelitian ini dalam uji hipotesis berpengaruh baik terhadap Citra Merek, Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus di kota Surabaya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan beberapa saran adalah sebagai berikut :

1. Peneliti menyarankan pihak Asus dapat meningkatkan citra mereknya dengan menjadi sponsor dalam suatu acara atau menggunakan brand ambassador dalam peluncuran produk terbaru dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan inovasi, variasi yang beragam dan menarik.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Triton Prawira. 2006. SPSS 13.0 Terapan, Riset Statistik Parametrik.
- Griffiths, Andrew. 2011. 101 Jurus Rahasia Membangun Bisnis Hebat dengan Cara Cerdas, Mudah dan Cepat, Jakarta: Tangga Pustaka.
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Milhinhos, Patricia Raquel Vasques. (2015). The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Of Videos & Tutorials And User-Generated Content. 1-74.
- Ningrum, Mega Siti &Ratih Tresnati.2018. Pengaruh Iklan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.