

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP
(HEWLETT PACKARD) PADA MAHASISWA DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

ADINDA NILA PUSPITA SARI

21012010022/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2026

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP
(HEWLETT PACKARD) PADA MAHASISWA DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

ADINDA NILA PUSPITA SARI

21012010022/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2026**

SKRIPSI

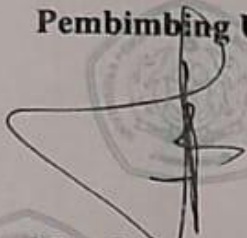
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP
(HEWLETT PACKARD) PADA MAHASISWA DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:

ADINDA NILA PUSPITA SARI
21012010022/FEB/EM

**Telah Dipertahaukan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal: 2 Februari 2026**

Pembimbing Utama



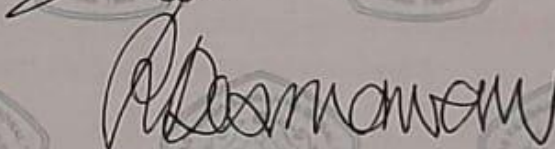
Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

**Tim Penguji
Ketua**



Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M.
NIP. 196203181988031002

Anggota

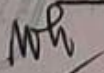


Rizky Dermawan, S.E., M.M.
NIP. 197210042001121001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
NIP. 196304201991032001



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adinda Nila Puspita Sari
NPM : 21012010022
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Februari 2026
Yang Membuat pernyataan



Adinda Nila Puspita Sari
NPM. 21012010022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas a penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat sesuai dengan waktu yang telah ditentukan . Skripsi yang berjudul ”Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek HP (HEWLETT PACKARD) Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya” disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa menyusun skripsi ini tak terlepas dari bantuan, arahan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga usulan penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, S.E., M.M. CFP selaku Dosen Wali yang sedari awal perkuliahan hingga sekarang telah memberikan arahan serta nasihat kepada penulis selama ini.

6. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang memberikan bekal ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Suraji dan Ibu Yani, yang selalu memberikan doa’ cinta, semangat, dan dukungan yang tak ternilai dalam setiap langkah hidup penulis. Tanpa restu dan kasih sayang mereka, penulis tak akan sampai pada tahap ini. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan selama ini. Tak lupa, untuk adik tercinta Kayla, terima kasih atas keceriaan dan semangat kecilmu yang selalu menjadi penyemangat di tengah kelelahan menyelesaikan skripsi ini. Kehadiranmu memberi warna dan motivasi tersendiri dalam perjalanan akademik penulis.
9. Mbak Betaria, Nabilla Rahmadhani, Singgih, Bitu, Thesa Nevada serta kawan-kawan saya selama perkuliahan menemani serta mendukung penulis.
10. Diri saya sendiri yang telah berjuang, bertahan serta berproses selama menjadi mahasiswa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sampai lulus. Terima kasih buat diri saya sendiri karena sudah kuat sampai sejauh ini untuk mewujudkan mimpi, sehat selalu karna masih banyak wishlist yang ingin kamu capai dan pamerkan kepada semua orang bahwa kamu bisa dan pantas mendapatkannya.

Akhir kata hanya ucapkan terima kasih yang dapat penulis sampaikan serta penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan usulan penelitian ini.

Surabaya, 24 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penulisan	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teori	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran	18
2.2.2 Teori Preferensi Konsumen	19
2.2.3 Perilaku Konsumen	21
2.2.4 Kualitas Produk	24
2.2.5 Brand Image	28
2.2.6 Persepsi Harga	31
2.2.7 Keputusan Pembelian	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.4 Kerangka Konseptual	41
2.5 Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.1.1 Definisi Operasional	43
3.1.2 Pengukuran Variabel	46
3.2 Teknik Penentuan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1 Jenis Data	48
3.3.2 Sumber Data	49
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	49
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas	50

3.4.1 Uji Validitas	50
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	50
3.5.1 Teknik Analisis Data	50
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif.....	52
3.5.3 Cara kerja Smart PLS.....	54
3.5.4 Langkah- Langkah PLS.....	54
3.5.5 Asumsi PLS.....	62
3.5.6 Ukuran Sampel	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Sejarah Perusahaan Hewlett Packard (HP).....	63
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Hewlett Packard (HP).....	64
4.1.3 Logo Perusahaan HP Inc.	65
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	66
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	66
4.2.2 Variabel Kualitas Produk (X1).....	69
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	71
4.2.4 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X3)	73
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	74
4.3 Analisis Data	77
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS	77
4.3.2 Analisis Model PLS	82
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
BAB V KESIMPULAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
Gambar 3. 1 <i>Diagram Jalur PLS</i>	55
Gambar 4.1 Logo HP.....	65
Gambar 4.2 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total pengiriman merk laptop dan PC terbaik di Q1 2024 menurut IDC	3
Tabel 1. 2 Market Share Merek Laptop Tahun 2024	5
Tabel 1. 3 Top Brand Index (TBI) Pada Tahun 2020-2024 Pada Kategori Laptop.. ..	6
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan JenisUsia	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Wilayah.....	68
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)..	69
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk <i>brand image</i> (X2).....	71
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga(X3).....	73
Tabel 4.7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	75
Tabel 4.8 Outer Loading.....	78
Tabel 4.9 Cross Loading.....	79
Tabel 4.10 Avarage Variance (AVE).....	80
Tabel 4.11 R-Square.....	82
Tabel 4.12 Path Coefficients.....	84

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP
(HEWLETT PACKARD) PADA MAHASISWA DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

ADINDA NILA PUSPITA SARI

21012010022/FEB/EM

ABSTRAK:

Studi ini menguji pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek HP (HEWLETT PACKARD) Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. Metode riset berikut secara kuantitatif pengelompokan sampel sejumlah 112 responden / Teknik pemilihan sampel memakai purposive sampling. Sampel terdiri atas pernah membeli produk laptop merek HP. Metoda analisa yang diterapkan pada studi berikut yakni Sem-PLS memakai pengujian validitas, uji reabilitas, dan uji hipotesis. Melalui studi ini memperlihatkan bahwasanya Kualitas Produk tidak adanya kontribusi terhadap keputusan pembelian laptop merek HP. Brand image terbukti bahwa memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga terdapat kontribusi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk; *Brand Image*; Persepsi Harga; Keputusan Pembelian.