

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER (STUDI KASUS MAHASISWA UNISKA FAKULTAS EKONOMI DI BANJARMASIN)

Nurma Linda¹, Hairul², Lamsah³

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM16310428

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN1125096201

Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN1125126201

Email: Nurmalinda790@gmail.com/081998323095

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) harga pengaruh terhadap keputusan pembelian laptop acer, (2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop acer, (3) harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop acer. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif, Mahasiswa dengan analisis data Regresi Linier Berganda. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) serta variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian. Dari perhitungan uji t dapat diketahui untuk X_1 , t hitung = lebih besar t tabel = untuk $N = 100$ maka kesimpulannya hipotesis dapat diterima atau terbukti kebenarannya untuk variabel harga (X_1). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan keputusan pembelian. Sedangkan nilai t hitung untuk X_2 , t hitung = lebih besar t tabel = untuk $N = 100$ maka kesimpulan nya juga hipotesis diterima untuk variabel kualitas produk (X_2). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produksi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to find out how: (1) the price of influence on purchasing decisions for Acer laptops, (2) product quality influences purchasing decisions for Acer laptops, (3) the price and quality of products influence the purchase decisions for Acer laptops. This study used a quantitative research design, with data analysis of Multiple Linear Regression. The variables in this study are the independent variables namely price (X_1) and product quality (X_2) and the dependent variable (Y), namely purchasing decisions. From the calculation of the t test it can be seen for X_1 , t arithmetic = greater t table = for $N = 100$ then the conclusion is the hypothesis can be accepted or proven correct for the price variable (X_1). So it can be stated that there is a positive and significant influence between price and purchasing decisions. While the value of t arithmetic for X_2 , t arithmetic = greater t table = for $N = 100$ then the conclusion is also the hypothesis accepted for the product quality variable (X_2). So it can be stated that there is a positive and significant influence between product quality and purchasing decisions.

Keywords: Price, Production Quality, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Kualitas Produk (kualitas produk) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya, tahan, kehandalaan, kemudahan operasi dan meningkatkan akurasi, serta atribut berharga lainnya. Untuk meningkatkan akurasi, serta atribut berharga lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat melaksanakan program "Total Quality Management (TQM)". Selain mengurangi

kerusakan produk, tujuan utama adalah untuk meningkatkan kualitas nilai total konsumen .

Menyatakan bahwa pengalaman pembelian yang memuaskan menjadi salah satu alasan untuk tetap tertarik pada produk tersebut, yang pada akhirnya mengarah pada pembelian ulang, konsumen yang puas mungkin juga memberitahu pada yang lain tentang pengalaman yang menguntungkan mereka, dengan demikian menghasilkan informasi dari mulut kemulut yang positif. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Semakin banyak dengan produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi tindakanya pembelian.

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri elektronik, dan khususnya laptop benda elektronik yang dibutuhkan para siswa, mahasiswa dan semua orang. Sekarang hampir semua orang memilikinya dan menggunakannya tidak hanya siswa dan mahasiswa tetapi sekarang sudah banyak digunakan oleh anak-anak pegawai dan lainnya. Laptop atau apa yang biasa disebut dengan komputer jinjing sekarang menjadi barang yang sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat. Banyak orang yang sudah memiliki teknologi ini. Berbagai macam aplikasi yang ditawarkan dalam laptop. Salah satu merek laptop adalah acer. Nama acer sudah tidak asing lagi bagi penikmat teknologi, khususnya di Indonesia. Acer dikenal dengan berbagai macam jenis produknya seperti komputer, laptop, netbook, netbook, hard disk, LCD dan produk lainnya.

Laptop memudahkan aktivitas sehari-hari pada jaman dulu laptop masih dianggap barang yang mewah, karena memang pada masa itu laptop masih jarang dimiliki oleh seseorang dan komputer atau pc sudah lumayan banyak yang menggunakannya. Laptop di Indonesia untuk masa sekarang ini memang sudah menjadi hal yang umum karena laptop diperlukan buka sekedar diinginkan. Jika laptop itu diperlukan alias dibutuhkan dan juga diinginkan maka sudah jelas bahwa laptop tersebut mempunyai manfaat. Berikut ini secara umum manfaat laptop baik bagi pelajar, mahasiswa dll secara umum:

1. Membantu menyelesaikan pekerjaan lebih cepat
2. Menambah daya kreatifitas otak
3. Flexsibel
4. Ladang uang baru
5. Hiburan

Komunikasi pemasaran harus diarahkan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang diiklankan dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut (Kalter dan Amstrong,2001:226) seseorang konsumen akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi mengenai produk yang akan dibeli. Banyaknya dan pengaruh sumber informasi ini sangat bervariasi. Secara umum konsumen mendapatkan informasi mengenai suatu produk paling banyak dari sumber komersial, seperti iklan dan bentuk-bentuk promosi lainnya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Akan tetapi, sumber yang paling efektif berasal dari sumber-sumber pribadi antara lain seperti keluarga, teman ,tetangga dan lain-lain.. Hal ini didukung oleh yang menempatkan variabel harga, dan kualitas dalam penelitiannya. Dari fenomena yang telah dijabarkan tersebut peneliti melihat bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian pada laptop Acer.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif, data kuantitatif adalah data yang berbentuk numerik atau angka yang dapat diukur dengan pasti (dinyatakan dalam bentuk angka) dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu: pengaruh kualitas dan harga (independent), dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (dependent). Variabel bebas atau (independent variabel) adalah suatu variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang diobservasi.

PEMBAHASAN

1. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yaitu merupakan metode analisis data yang penting dilakukan dalam setiap penelitian. Instrumen dapat dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur, sebaliknya instrument yang reliabel digunakan untuk beberapa kali mengukur objek yang sama, akan tetapi menghasilkan data yang sama. Untuk mendapatkan hasil instrument yang valid dan reliabel itu tergantung pada penyebaran kuesioner yang dibagikan peneliti kepada responden.

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan. Uji ini pada SPSS25 dapat dilihat dalam kolom *corrected item-total* yang merupakan nilai r hitung untuk masing-masing pernyataan. Jika r hitung lebih besar dibandingkan r tabel maka butir pernyataan tersebut dapat diterima atau valid. Sebelum mencari nilai r tabel dalam tabel statistik r , peneliti terlebih dahulu harus menentukan berapa derajat kebebasannya. Adapun rumus derajat kebebasan (degree of freedom) adalah jumlah responden dikurangi 2 ($df = n - 2$)⁴. Dalam penelitian ini, penulis menyebar pertanyaan kepada 100 responden.

Diketahui jumlah n adalah 100 sampel sehingga besarnya df adalah $100 - 2 = 98$ dengan α 0.05 ($\alpha = 5\%$), didapat r tabel 0,1966. Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, yang dilihat pada kolom Corrected Item-Total Correlation dari variabel pengaruh harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian. Variabel pengaruh harga dan kualitas ada 18 pernyataan dari P1 s/d P18 dan variabel keputusan pembelian ada 6 pernyataan dari P19 s/d P24. Semua pernyataan valid karena r hitung $>$ r tabel, bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Table Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected Item Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	P1	0,835	0,1996	Valid
	P2	0,720	0,1966	Valid
	P3	0,752	0,1966	Valid
	P4	0,745	0,1966	Valid
	P5	0,675	0,1966	Valid
	P6	0,888	0,1966	Valid
Kualitas (X2)	P7	0,881	0,1966	Valid
	P8	0,918	0,1966	Valid
	P9	0,859	0,1966	Valid
	P10	0,870	0,1966	Valid
	P11	0,913	0,1966	Valid
	P12	0,907	0,1966	Valid
	P13	0,839	0,1966	Valid

	P14	0,870	0,1966	Valid
	P15	0,918	0,1966	Valid
	P16	0,931	0,1966	Valid
	P17	0,711	0,1966	Valid
	P18	0,870	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P19	0,734	0,1966	Valid
	P20	0,881	0,1966	Valid
	P21	0,746	0,1966	Valid
	P22	0,787	0,1966	Valid
	P23	0,718	0,1966	Valid
	P24	0,894	0,1966	Valid

Sumber data: output spss diolah,2020

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom corrected Item-total correlation untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel untuk $(df) = 100-2 = 98$ dan alpha 5% dengan uji dua sisi didapat r tabel sebesar 0,1966 artinya masing-masing item pernyataan dalam dua variabel X dan Y adalah valid.

2) Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), yang mana suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($>0,60$). Hasil pengujian uji realibitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistk SPSS versi 22 for Windows dapat diketahui sebagai berikut:

Table 1 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	6	0,908	Reliabel
X2	12	0,977	Reliabel
Y	6	0,916	Reliabel

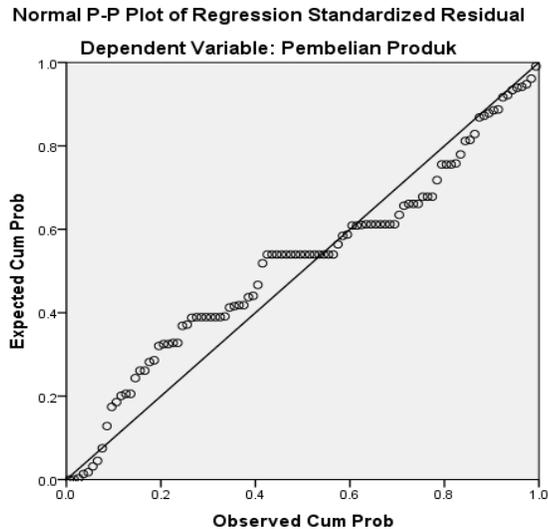
Sumber data: output spss yang diolah,2020

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), yang artinya bahwa semuavariabel X danY adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan kejenjang selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak dibawah ini dapat dilihat hasil uji normalitas dengan teknik Normal P-P Plot seperti gambar dibawah:



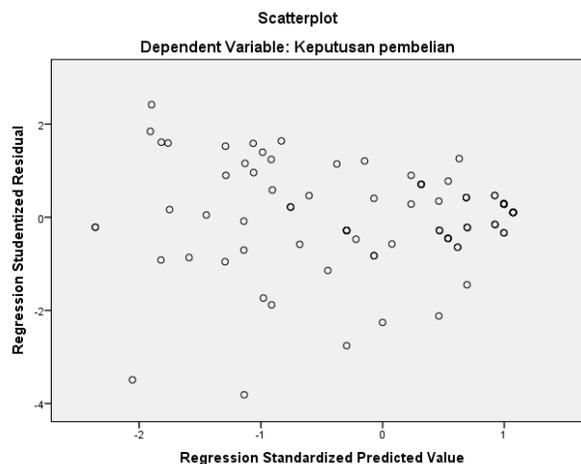
Sumber data: output spss yang diolah, 2020

Hasil kurva normal *probability plot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Di bawah ini dapat dilihat hasil uji multikolinearitas. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Dan tabel di atas nilai VIF adalah 5,228. Nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10 ($5,228 < 10$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.

2) Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar Hasil Grafik Uji Heteroskedastisitas



Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu X (vertical) dan Y (horizontal). Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu Harga dan Kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, maka digunakan uji linear berganda dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa α atau konstanta sebesar 2,940 artinya kedua variabel harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 2,940. Koefisien regresi variabel harga atau X_1 sebesar 0,290. Koefisien regresi variabel kualitas atau X_2 sebesar 0,303. Dengan demikian model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,940 + 0,290X_1 + 0,303X_2 + e$$

(0,036) (0,008) (0,000)

Dimana :

Y: variabel dependen (keputusan pembelian)

X_1 : variabel independen (harga)

X_2 : variabel independen (kualitas produk)

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS versi 22 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop acer pada mahasiswa Fekon UNISKA Banjarmasin

Hasil uji empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung 2,705 dan p value (sig) sebesar 0,008 dibawah alpha 5%. Nilai beta dalam Unstandardized Coefficients variabel harga menunjukkan angka sebesar 0,290. Artinya jika pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop acer pada mahasiswa Fekon UNISKA Banjarmasin ditingkatkan atau ditambah maka keinginan mahasiswa mengambil keputusan pembelian laptop acer meningkat sebesar 29%.

- 2) Pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian laptop acer pada mahasiswa Fekon UNISKA Banjarmasin

Hasil uji empiris pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian menunjukkan t hitung 7,984 dan p value (sig) sebesar 0,000 dibawah alpha 5%. Nilai beta dalam Unstandardized Coefficients variabel harga menunjukkan angka sebesar 0,303. Artinya jika pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian laptop acer pada mahasiswa Fekon UNISKA Banjarmasin ditingkatkan atau ditambahkan maka keinginan mahasiswa membeli laptop acer sebesar 30,3%.

4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis digunakan uji:

- 1) **Koefisien Determinasi R^2**

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai prosentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 22 didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,856 berarti 85,6% faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli laptop acer pada mahasiswa Fekon UNISKA Banjarmasin dapat di jelaskan oleh faktor harga dan kualitas. Sedangkan 14,4% (100% - 85,6% dijelaskan oleh faktor yang lain tidak diteliti oleh penulis.

- 2) **Uji Hipotesis Menggunakan Uji T atau Uji Parsial**

.Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa:

- (1) Uji variabel harga

Besarnya nilai t hitung adalah 2,705, dan signifikansi pada 0,008 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

keputusan pembelian laptop acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISKA Banjarmasin karena signifikansinya dibawah 0,05.

(2) Uji variabel kualitas produk

Besarnya nilai t hitung adalah 7,984 dan dignifikansi pada 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian laptop acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISKA Banjarmasin karena singnifikannya di bawah 0,05.

3) **Uji Hipotesis Menggunakan Uji F atau Uji Simultan**

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Dari tabel diatas, diketahui bahwa *F tabel* sebesar 3,09 dengan derajat kebebasan df untuk pembilang atau variabel (k) = 2 dan df untuk penyebut ($n-k$) = 100-2 adalah 98 dengan tingkat signifikan 5%. Sedangkan perhitungan *F hitung* dari hasil tabel diatas sebesar 287,279 lebih besar dibandingkan dengan nilai *F tabel* adalah 3,09 dan signifikan pada $0,000 < \alpha = 0,05$ maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen (pengaruh harga dan kualitas produk) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian untuk laptop Acer.

5. **Pembahasan atau Interpretasi Data**

Berdasarkan hasil analisis pada SPSS 25 yang dilakukan oleh peneliti, yang disajikan dengan menggunakan tabel dan pembahasannya menyatakan bahwa dari ketiga hipotesis yang di paparkan oleh peneliti dalam bab sebelumnya bisa diterima.

- 1) Hipotesis pertama dapat diterima dengan hasil perbandingan t hitung dengan t tabel $2,705 > 1,984$ dan hasil signifikan $0,008 < 0,05$ yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari batasan nilai signifikan yang menjadi batasan pada pengolahan data statistik yang peneliti lakukan.
- 2) Hipotesis kedua dapat di terima dengan hasil perbandingan t hitung dengan t tabel $7,984 > 1,984$ dan hasil signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari batasan nilai signifikan yang menjadi batasan pada pengolahan data statistik yang peneliti lakukan, dan hipotesis kedua juga dapat diterima.
- 3) Hipotesis ketiga menyatakan $F \text{ hitung} = 287,279 > F \text{ tabel} = 3,09$ dengan tingkatan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya penelitian ini jika di teliti secara bersama-sama harga dan kualitas produk mempunyai tingkat signifikan terhadap keputusan pembelian.

1) **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini bisa dibuktikan dengan hasil dari olahan data SPSS 22 yang menyatakan bahwa variabel harga (X_1) diperoleh t hitung = $2,705 > t \text{ tabel} = 1,984$ dan tingkat signifikan yang dihasilkan adalah $0,008 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan demikian hipotesis kesatu diterima. Bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) **Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil pengujian hipotesis bisa membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini bisa dibuktikan dengan hasil dari olahan data SPSS 25 yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X_2) diperoleh t hitung = $7,984 > t \text{ tabel} = 1,984$ dan tingkat signifikan yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak H_1 diterima dengan demikian hipotesis pertama di terima.

3) **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dengan hasil olahan data SPSS 22 sebagai berikut: Hasil dari perhitungan data statistik menghasilkan menghasilkan bahwa nilai $F \text{ hitung} = 287,279 > F \text{ tabel} = 3,09$ yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dan

tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya penelitian ini jika diteliti bersama-sama harga dan kualitas produk mempunyai tingkat signifikan terhadap kepuasan pembelian.

PENUTUP

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop acer. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Terbukti bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop acer, artinya semakin tinggi atau baik persepsi tentang harga yang ditawarkan maka akan berakibat pada semakin tinggi keputusan pembelian laptop acer, hasil perbandingan t hitung dengan t tabel $2,705 > 1,984$ dan hasil signifikan $0,008 < 0,05$ yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari batas nilai signifikan yang menjadi batasan pada pengolahan data statistik yang peneliti lakukan dan hipotesis pertama dapat diterima.
- 2) Terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop acer, artinya semakin tinggi atau baik persepsi tentang kualitas produk yang ditawarkan berakibat pada semakin tinggi keputusan pembelian laptop acer. Hasil perbandingan t hitung dengan t tabel $7,984 > 1,984$ dan hasil signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari batas nilai signifikan yang menjadi batasan pada pengolahan data statistik yang peneliti lakukan.
- 3) Terbukti bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop acer, menyatakan F hitung = $287,279 > F$ tabel = $3,09$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ artinya penelitian ini jika diteliti secara bersama-sama harga dan kualitas produk mempunyai tingkat signifikan terhadap keputusan pembelian.

SARAN

Adapun yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Sebelum melakukan pembelian konsumen hendaknya berhati-hati dalam memilih produk laptop acer, jangan hanya tertarik pada harga yang ditawarkan, akan tetapi hendaknya konsumen mempertimbangkan juga kualitas produk dan manfaat yang diperoleh dari produk.
- 2) Harga produk laptop acer yang terjangkau menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu hendaknya keunggulan laptop acer dari segi harga yang terjangkau inilah dapat terus dijaga dan tetap dipertahankan agar dapat bersaing dengan produk lain.
- 3) Untuk perusahaan laptop acer untuk mempertahankan dengancermat setiap kali produk yang akan dikeluarkan, semakin kualitas produk itu menarik dan berinovasi maka akan menarik minat pembeli. Dari minat maka akan timbul keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Aprilianti, Lussy, 2009, Analisi Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Penggunaan Netbook Acer, Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Denny Bayu Listiawan. (2015, oktober 07). *Profil PT. Acer Indonesia*. Retrieved from <http://debelisht.blogspot.com/2015/10/profil-ptacer-Indonesia.html>

Fensdin. (2011, April 2). *Perusahaan Acer*. Reteved from [udinfensdin: http://udinfensdin.wordpress.com/2011/04/02/perusahaan-acer](http://udinfensdin.wordpress.com/2011/04/02/perusahaan-acer)

Kosasih, Nelly Martini, Eva Lisnawati, 2011, Analisis Positioning Produk Laptop Acer Pada Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang, Skripsi, Universitas Singaperbangsa, Karawang

- Leres, Tri Cahyani Pangesti, 2018, Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha Terhadap Motivasi Untuk Menjadi Young Entrepreneur pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, skripsi, Universitas Islam Walisongo, Semarang.
- Margaretta S, Febriana, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi, Skripsi, STIE Pelita Bangsa.
- Prayatna, Nyoman Utama dan Abdullah Jawas, 2012, Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Denpasar, Skripsi, Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Sari, Normila, 2020, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Shampo Sunslik Hijab Recharge, Skripsi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina, 2012, Analisis Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflam, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sulistyawati, Praba, 2010, Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Yani, Delfi, 2014, Pengaruh Brand Equity dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Universitas Sumatra Utara, Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan