

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek HP (Studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung)” ini ditulis oleh Fitria Sitah Devi, NIM. 17402163448, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, IAIN Tulungagung, pembimbing Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Keputusan pembelian menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin ketat antar perusahaan telekomunikasi dan semakin pesatnya perkembangan telekomunikasi di era globalisasi. Setiap tahunnya pengguna laptop semakin bertambah, dan kebutuhannya pun semakin merambah ke semua kalangan. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan penjualan laptop di setiap tahunnya pada data IDC PC Shipment Q1 2019 Indonesia.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji signifikansi pengaruh (1) harga terhadap keputusan pembelian laptop merek HP studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung (2) citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek HP studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung (3) kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung, (4) harga, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 responden yaitu konsumen CV. Harapan Indo Sentosa yang telah melakukan pembelian laptop merek HP. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Hasil kuesioner dianalisis menggunakan uji instrument data yaitu uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis yaitu uji t dan f, serta uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai *Adjust R Square* sebesar 0,606 yang berarti bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, citra merek dan kualitas pelayanan sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar faktor yang diteliti. Berdasarkan pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan (uji F) harga, citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian laptop merek HP studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Kata Kunci: *Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Thesis with the title “The Effect of Price, Brand Image and Service Quality on Purchasing Decision of HP Brand Laptops (Study on CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung)” was written by Fitria Sitah Devi, NIM. 17402163448, Faculty of Economics and Islamic Business, Departement of Islamic Economics, IAIN Tulungagung, supervisor Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Purchasing decision are the top priority in this study because of the increasing level of competition between telecommunications companies and the rapid development of telecommunications in the era of globalisasi. Every year, alptop users are increasing and their needs are increasingly reaching all circles. This can be seen from the increase in sales of laptops every year in the IDC PC Shiphment Q1 2019 Indonesia data.

The purpose of this study is to test the significance of the effect of (1) price on purchasing decision of HP brand laptops study on CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung (2) brand image on purchasing decision of HP brand laptops study on CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung (3) sevice quality on purchasing decision of HP brand laptops study on CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung, (4) price, brand image, and service quality on purchasing decision of HP brand laptops study on CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung

This research uses a quantitative approach with an associative type of research. The data used is primary and sekunder data. The technique used in sampling in this study is purposive sampling. The sample used in this study was 60 respondent of consumers of CV. Harapan Indo Sentosa who has purchased an HP brand laptop. The measurement in this study uses a Likert scale. The next step method, the result of the questionnaire were analyzed using tset data instruments namely validits and relianility test, classic assumption tests, multiple linier regression tests, hypothesis testing namely t and f test, and test coefficient of determination (R^2).

The result of this study indicate the value Adjust R Square is 60,6%. While the rest is 39,4% is influenced by other factors out from observed factors. Based on partial testing (t test), prices have a positive and significant effect on purchasing decisions, brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions, and service quality does not have a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on simultan testing (F test) price, brand image, and service quality on purchasing decision of HP brand laptops study on CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Keywords: *Price, Brand Image, Service Quality, Purchasing Decision*