

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ACER DI
KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Turyati

Nim : 212020342

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2024

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAPTOP ACER DI
KECAMATAN SEBERANG ULU II KOTA PALEMBANG

Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Sastra Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang



Nama : Turyati

Nim : 212020342

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Turyati
NIM : 212020342
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagian acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2024


Turyati

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek
Terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan
Seberang Ulu II Kota Palembang
Nama : Turyati
Nim : 212020342
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Mei 2024

Pembimbing I



Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.M
NIDN: 216057001

Pembimbing II



Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN: 0202039203

Mengetahui
Dekan

u-b Ketua Program Studi Manajemen




Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.M
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”. (QS. Al-Baqarah: 286)

"Cobaan hidupmu bukanlah untuk menguji kekuatan dirimu. Tapi menakar seberapa besar kesungguhan dalam memohon pertolongan kepada Allah." (Ibnu Qoyyim)

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia” (Nelson Mandela)

Persembahan

- ❖ *Papaku tercinta H. Soetiknyo (Alm) dan Mamaku tercinta Hj. Sukirmi*
- ❖ *Terimakasih atas doa dan dukungannya, I Love You...*
- ❖ *Mbak ku (Eka Soetinawati, AMKG), (Dwi Sri Lestari, S.Pd), dan (Tri Puji Astuti, S.Si)*
- ❖ *Ku persembahkan juga untuk calon suamiku di masa depan*
- ❖ *Para pendidik dan pembimbingku*
- ❖ *Teman-teman seperjuangan yang saling mendukung dalam suka dan duka*
- ❖ *Almamater kebanggaanku...*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalammu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahrabbi'l'aalaamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhannahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang”**. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang dan kerendahan hati, Skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tuaku **Ayahanda H. Soetiknyo (Alm) dan Ibunda Hj. Sukirmi** dari semua keluarga dan sahabat – sahabat ku mereka yang telah berjasa bagi penulis yang telah mendidik, membesarkan, dengan penuh kasih sayang, serta mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi di setiap permasalahan yang penulis hadapi, bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.M dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Bapak Randy Hidayat, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan, mengajarkan, membimbing serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Fitantina, S.E., M.Si dan Ibu Yunita Febriani, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal.
7. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen dan Seluruh Staf di Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan dan kegiatan lainnya.
8. Terimakasih kepada keluarga besar tercinta khususnya yang berada di Palembang dan Semarang yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Terima kasih kepada teman seperjuangan sekaligus sahabat yang sudah menjadi keluarga selama perkuliahan, Maharani Purnama, Deska Syaputri, Desti Azahra, Desti Ayuni, Helen dan Nurul Meilani.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Palembang, Februari 2024
Penulis,

Turyati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRAKATA	v
HALAMAN DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Landasan Teori	12
2. Penelitian Sebelumnya	23
B. Kerangka Pemikiran	28
C. Hipotesis.....	31

BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	33
C. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Populasi dan Sampel	34
E. Data yang Diperlukan.....	36
F. Metode Pengumpulan Data	36
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Gambaran Wilayah Penelitian.....	46
2. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
3. Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	49
4. Hasil Gambaran Umum Jawaban Responden	52
5. Hasil Pengujian	59
6. Koefisien Determinasi.....	66
B. Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Index.....	5
Tabel I.2 Hasil Pra Riset.....	8
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan	27
Tabel III.1 Operasional Variabel	33
Tabel IV.1 Jawaban Responden Variabel Y	52
Tabel IV. 2 Jawaban Responden Variabel X1	54
Tabel IV. 3 Jawaban Responden Variabel X2.....	56
Tabel IV. 4 Jawaban Responden Variabel X3.....	58
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas	60
Tabel IV. 6 Hasil Uji Reabilitas.....	61
Tabel IV.7 Hasil Analisis Linier Berganda	61
Tabel IV.8 Hasil Uji F	64
Tabel IV.9 Hasil Uji t	65
Tabel IV.10 Koefisien Determinasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar IV.1 Logo Acer.....	49
Gambar IV.2 Jenis Kelamin Responden	50
Gambar IV. 3 Pendapatan Responden.....	50
Gambar IV.4 Lama Pemakaian Responden	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi data

Lampiran 4 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Lampiran 5 Uji Analisis Linear Berganda, Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi

Lampiran 6 Tabel distribusi f

Lampiran 7 Tabel Distribusi t

Lampiran 8 Tabel distribusi r

Lampiran 9 Surat Riset

Lampiran 10 Sertifikat AIK

Lampiran 11 Sertifikat SPSS

Lampiran 12 Sertifikat Magang Dan Seminar

Lampiran 13 Sertifikat Komputer

Lampiran 14 Sertifikat SKPI Pelatihan Pengelolaan Bisnis

Lampiran 15 Surat Keterangan Lunas BPP

Lampiran 16 Kartu Aktivitas Bimbingan

Lampiran 17 Plagiarism Checker

Lampiran 18 Biodata Penulis

Lampiran 19 Lembar Perbaikan Skripsi

ABSTRAK

Turyati / 212020342 / 2024 / Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

Penelitian ini berjudul untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, (2) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang (3) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang (4) pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan metode pengumpulann data kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis membuktikan (1) ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, (2) ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang (3) ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang, (4) ada pengaruh signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang. Nilai koefisien determinasi, memperlihatkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek mampu memberikan sumbangan terhadap perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan sebesar 54,5%.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Turyati / 212020342 / 2024 / *The Influence of Product Quality, Price and Brand Image on Acer Laptop Customer Satisfaction in Seberang Ulu II District, Palembang City.*

This research is entitled to determine: (1) the influence of product quality, price and brand image on customer satisfaction of Acer Laptops in Seberang Ulu II District, Palembang City, (2) the influence of product quality on customer satisfaction of Acer Laptops in Seberang Ulu II District, Palembang City (3) the influence of price on customer satisfaction of Acer Laptops in Seberang Ulu II District, Palembang City (4) the influence of brand image on customer satisfaction of Acer Laptops in Seberang Ulu II District, Palembang City. The sample used in this research was 100 respondents taken using purposive sampling technique. The data used are primary data and secondary data, using a questionnaire data collection method. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis prove that (1) there is a significant influence of product quality, price and brand image on Acer Laptop customer satisfaction in Seberang Ulu II District, Palembang City, (2) there is a significant influence of product quality on Acer Laptop customer satisfaction in Seberang Ulu II District, Palembang City (3) there is a significant influence of price on Acer Laptop customer satisfaction in Seberang Ulu II District, Palembang City, (4) there is a significant influence of brand image on Acer Laptop customer satisfaction in Seberang Ulu II District, Palembang City. The coefficient of determination value shows that product quality, price and brand image are able to contribute to changes in customer satisfaction of 54.5%.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam memajukan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang barang maupun layanan jasa. Menurut Sumarwan dalam buku Meithina Indrasari (2019:4) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau penukaran antara produsen dengan konsumen. Oleh karena itu, pemasaran menjadi bagian yang sangat penting untuk menginformasikan dan menawarkan segala sesuatu kepada konsumen mengenai produk maupun layanan jasa. Tanpa adanya proses pemasaran, pasar tidak akan tahu produk yang kita buat dan jual.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller yang dikutip dalam buku Meithiana Indrasari (2019:16) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan demikian, teori perilaku konsumen merupakan sebuah teori berupa studi yang mempelajari bagaimana seseorang konsumen mencari, memilih, menggunakan, serta mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama bagi seorang konsumen dalam menentukan puas atau tidaknya pada saat membeli atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Kotler dan Kevin Lane dalam buku Meithiana Indrasari (2019:82) Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) Produk yang dipikirkan terhadap kinerja mereka. Kepuasan sangat penting bagi perusahaan karena juga termasuk penilaian terhadap produk yang di jual, dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan maka perusahaan akan dapat menjaga kelangsungan serta perkembangan produk kedepannya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya kualitas produk, harga, dan citra merek.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam memilih suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2016: 37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Kualitas produk tentunya menjadi sebuah konsistensi yang harus dijaga Perusahaan. Kualitas produk harus mendapatkan kesan yang baik, jika yang didapatkan kesan yang buruk terhadap sebuah produk konsumen tidak akan mengulangi pembelian produk maka dari itu sangatlah dihindari oleh setiap perusahaan tersebut. Perusahaan akan selalu berupaya menjaga dan memberikan kualitas yang terbaik. Kualitas produk juga dapat

menentukan harga, biasanya suatu barang dapat dinilai dari harganya. Jika harga sesuai maka kualitas juga akan memadai bagi konsumen.

Faktor harga juga menjadi pertimbangan yang dianggap sangat menarik bagi seorang konsumen dalam kepuasan pelanggan pada suatu produk. Menurut Kotler & Armstrong (2019) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga juga bisa mendorong citra suatu produk, memperebutkan penjualan dari pelaku persaingan ataupun memberikan pengaruh Individu untuk melakukan perubahan waktu pesan, jadi harga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, citra merek merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Citra Merek yang telah di lihat oleh konsumen, sebelum menentukan pembelian tentunya konsumen akan melihat merek yang ada. Menurut Kotler dan Keller, (2019) Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegangoleh konsumen, yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Citra merek tersusun dari asosiasi merek, bahwa asosiasi merek adalah apa saja yang terkait dengan memori terhadap merek. Citra terhadap merek memiliki hubungan dengan perilaku yang terdiri dari kepercayaan serta pengutamaan terhadap sebuah merek. Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap sebuah merek, lebih mungkin untuk membeli produk.

Era globalisasi dan modernisasi saat ini dengan perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan yang lain khususnya pada media elektronik seperti komputer dan internet. Dengan berkembangnya teknologi komputer, perusahaan menciptakan produk komputer yang dapat dengan mudah dibawa kemana-mana yaitu Laptop. Laptop merupakan suatu produk elektronik yang sekarang ini banyak disukai oleh masyarakat, dengan menggunakan laptop seseorang dapat menyelesaikan pekerjaan, bermain game, mendengarkan musik, persentasi, menonton film dan masih banyak lagi dapat dengan mudah dan efisien terlebih ukuran laptop yang mudah dibawa kemana-mana. Semua perangkat di komputer baik penyedia akses internet nirkabel dapat dengan mudah diakses dari laptop menggunakan modem nirkabel maupun hospot. Dalam pasar Indonesia seperti sekarang ini banyak sekali merek-merek laptop dengan berbagai keunggulannya masing-masing mulai dari laptop Asus, Apple, Lenovo, Hp, Dell, Acer, Toshiba, Axioo dan lain sebagainya. Oleh karena itu, perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini membuat pemasar semakin kompleks dan sulit.

Acer merupakan salah satu perusahaan besar dalam memproduksi laptop, nama Acer sendiri juga sudah sangat dikenal di Indonesia maupun di dunia. Dalam pasar di Indonesia seperti saat ini, laptop yang diproduksi acer merupakan laptop dengan merek yang sudah termasuk ke dalam

golongan produk yang baik. Citra baik yang dimiliki produk acer menjadi preferensi konsumen laptop dan menunjang dari nilai acer sendiri. Produsen produk laptop memiliki kriteria masing-masing untuk bersaing dalam pasar konsumen melalui berbagai keunggulan dan inovasi produk.

Memutuskan untuk membeli suatu produk, biasanya konsumen akan mencari informasi efektif mengenai merek (brand) apa yang akan mereka gunakan atau merek yang telah mereka kenal sebelumnya itulah yang akan mereka beli. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan dan penurunan penjualan suatu produk berdasarkan hasil survei (Top Brand Index) di Indonesia kategori Laptop/Notebook/PC tahun 2022-2023 yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel I.1
Top Brand Index Kategori Laptop/Notebook/PC Tahun 2022-2023

Merek	Tahun 2022	Tahun 2023
Asus	24,8%	24,4%
Acer	27,1%	21,2%
Lenovo	10,3%	11,9%
Apple	8,5%	10,1%

Sumber: *www.topbrand-award.com*

Berdasarkan tabel I.1 diatas dapat dilihat bahwa pangsa setiap produk akan mengalami peningkatan dan penurunan yang cukup signifikan. Penurunan yang dialami perusahaan diantaranya laptop merek Acer. Dapat dilihat pada Top Brand Index tahun 2022 dimana laptop acer tersebut berada di 27,1% menjadi 21,2% di tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa laptop merek Acer tersebut mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal tersebut disebabkan oleh munculnya produk

baru yang menyebabkan tingkat persaingan semakin pesat sehingga terjadinya penurunan pada penjualan laptop Acer. Jika diamati dari keadaan fenomena tersebut tingginya permintaan dan persaingan mendorong produsen untuk melakukan berbagai cara untuk bersaing dalam mendapatkan konsumen.

Kepuasan pelanggan terhadap pembelian Laptop Acer ini tidak menjadi pilihan bagi setiap konsumen, dikarenakan produk yang dimiliki Acer sendiri tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga tidak banyak konsumen yang merekomendasikan produk Laptop Acer ke konsumen lain. Hal tersebut dapat mempengaruhi pada minat beli dan berkunjung kembali konsumen. Maka dari itu, konsumen akan lebih mudah untuk berpaling dari produk Acer dan memilih produk merek lain sebagai bahan pertimbangan pilihan mereka.

Kualitas produk juga menjadi faktor penentu konsumen dalam membeli produk, hal ini dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan dari suatu brand tertentu. Jika dilihat dari kualitas produk laptop Acer dinilai kurang baik dikarenakan daya tahan dan spesifikasi yang diberikan masih kurang mendukung. Meskipun produk Acer telah mengeluarkan banyak tipe namun konsumen merasa belum puas. Hal ini didasari oleh konsumen yang akan membeli produk jika sudah banyak yang mempercayai produk atau merek tersebut.

Terkait harga yang ditawarkan, hal tersebut belum sebanding dengan kualitas yang di berikan. Karena kualitas produknya masih tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Harga laptop Acer sendiri yang ditawarkan ke konsumen sangatlah beragam, dengan demikian banyak laptop merek lain dengan harga yang sama namun memiliki kualitas yang lebih memuaskan. Sehingga masih banyak konsumen yang ragu untuk membeli dan beralih ke produk merek lain dengan harga yang sesuai kualitasnya.

Selain kualitas produk dan harga, citra merek juga dapat mempengaruhi persaingan pasar karena citra merek merupakan aspek yang tidak kalah pentingnya bagi konsumen dalam mempertimbangkan suatu produk. Citra merek Acer tentunya sangat luas dikalangan konsumen, konsumen sudah banyak mengenal produk Acer baik dilingkungan sosial maupun media yang tentunya produk Acer memiliki ciri khas tersendiri. Namun masih ada pro dan kontra yang timbul dalam benak konsumen terhadap laptop Acer, konsumen menilai bahwa laptop Acer masih memiliki tampilan yang kurang menarik karena banyak produk merek lain yang membuat konsumen lebih menarik perhatiannya. Maka dari itu Perusahaan Acer terus meningkatkan kekuatan pada citra merek yang lebih baik lagi agar konsumen selalu tertarik untuk membeli produk laptop Acer.

Berdasarkan hal tersebut, untuk membuktikannya maka peneliti melakukan survei awal terhadap 30 responden di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang mengenai produk laptop Acer untuk mengetahui alasan

mengapa laptop Acer kurang diminati masyarakat. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel I.2
Pra Riset di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang mengenai Laptop Acer

No	Pernyataan	Jumlah (Orang)
1.	Daya tahan baterai mudah low	5
2.	Cepat panas	4
3.	Speksifikasi laptop yang masih kurang baik	5
4.	kinerja laptop masih lambat	6
5.	Harganya yang lumayan mahal	4
6.	Ciri khas desain yang tidak mudah dikenali	3
7.	Tampilan desain yang kurang menarik	3
Jumlah		30

Sumber: Pra Riset masyarakat di Kecamatan Seberang Ulu II, (2023)

Berdasarkan hasil wawancara pada tabel I.2 dapat dijelaskan bahwa hal pertama yang dilihat konsumen saat ingin memutuskan pembelian suatu produk yaitu kualitas laptop yang mana konsumen menginginkan kualitas yang baik agar konsumen puas dengan apa yang mereka beli dan dapat digunakan dalam jangka yang panjang. Ada 5 responden berpendapat bahwa laptop Acer memiliki spesifikasi yang masih kurang baik, 6 responden berpendapat kinerja laptop yang masih lambat, 4 responden berpendapat bahwa laptop Acer cepat panas dan 5 responden berpendapat bahwa daya tahan baterai yang mudah lowbat sehingga sulit bagi konsumen untuk melakukan pekerjaan yang multi guna bekinerja tinggi. Hal ini membuktikan bahwa laptop Acer masih memiliki kekurangan dari segi kualitas produknya.

Tanggapan terkait harga dimana konsumen di Kecamatan Seberang Ulu II Palembang menyatakan bahwa harga sangat penting diperhatikan dalam pembelian laptop Acer terutama konsumen yang pekerjaannya mengharuskan menggunakan laptop tetapi menginginkan budget yang terjangkau apalagi untuk kalangan pelajar, mahasiswa, pekerja maupun Masyarakat umum lainnya. Ada 4 responden yang berpendapat bahwa laptop Acer memiliki harga yang lumayan mahal, yang mana banyak laptop merek lain dengan kualitas yang sama tetapi memiliki harga yang lebih terjangkau. Hal ini membuktikan bahwa laptop Acer masih memiliki kekurangan dari segi harganya.

Selanjutnya tanggapan terkait citra merek, dapat diketahui ada 3 responden yang berpendapat bahwa laptop Acer memiliki ciri khas desain yang sukar dikenali dan 3 responden yang berpendapat bahwa tampilan desain yang masih kurang menarik. Aspek terpenting keputusan pembelian jika konsumen yang mempunyai citra positif dibenaknya terhadap sebuah merek (*Brand*), maka keputusan pembelian akan meningkat dalam pembelian laptop Acer tersebut. Hal ini membuktikan bahwa laptop Acer masih memiliki kekurangan dari segi citra mereknya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Laptop Acer di Kecamatan Seberang Ulu II Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memberikan gambaran praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan citra merek.

2. Bagi Konsumen

Sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk laptop dari segi kualitas produk, harga dan citra merek sehingga sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber referensi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki titik permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiati, Diah Isnaini, dkk (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: Noer Fikri.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran* (empat belas). Jakarta: Rajawali Pers.
- Agustin, Resita (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Laptop Asus Pada Mahasiswa UN PGRI Kediri. *Ekonomi, Manajemen. Universitas Nusantara PGRI Kediri* 1(7), 1-9
- Desla, Ike Oktavia & Khairil Aswan (2023). Pengaruh Kualitas pelayan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Laptop pada J-Bross Computer Padang. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)* 1(2). 175-198
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*
- Gemilang, Bagus & Bambang Sutedjo (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada pengguna Laptop Asus Republic of Gamers). Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang. *Jurnal Mirai Management* 8 (2), 400-407
- Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi: Denokan Pustaka
- Hasan, Iqbal (2017). *Statistik II*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hafni, Syafrida Sahir (2021). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta. Penerbit: KBM INDONESIA.
- Indrasari, Meithiana (2019) *Pemasaran & Kepuasan pelanggan*. Surabaya. Penerbit: Unitomo press.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016) *Manajemen Pemasaran*. Edisi Erlangga Jakarta.
- Malau, Harman (2017) *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Priasa, D.J (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu. 1st edn.* Bandung CV PUSTAKA SETIA.
- Hasril, Rizky Ramadhan., Yuliniar & Dahlia BR Pinem (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Notebook Lenovo. *Business Management, Economic and Accounting Nasional Seminar*. Vol 2, 1170-1184
- Setiawan, Aziz & Junita Safitri (2021) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Laptop Merek Acer Pada SMK Negeri 2 Langsa. Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa. *Pros. SemNas. Peningkatan Mutu Pendidikan* 2(1), 231-234
- Sudaryono (2016) *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suprayanto, Rosad (2015) *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media
- Sahir, Syafrida Hafni (2021). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta. Penerbit: KBM INDONESIA.
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F (2019) *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Edisi Terbaru. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Top Brand. 2023. Top Brand Index Katagori Laptop/Notebook/PC www.Topbrandaward.com 2023