

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP MEREK HP DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : M. Akbar Kurniawan

NIM 212021213

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2025

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP MEREK HP DI UNIVESITAS
MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Nama : M. Akbar Kurniawan
NIM 212021213

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: M. Akbar Kurniawan
Nim	: 212021213
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsetrasi	: Pemasaran
Judul	: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP DI Universitas Muhammadiyah 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 lain.
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 sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hariterdapat 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.

Palembang, Mei 2025



M. Akbar Kurniawan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

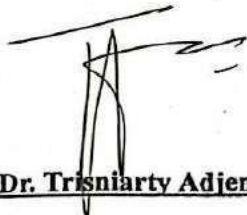
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian Laptop HP DI Universitas Muhammadiyah
Palembang

Nama	: M. Akbar Kurniawan
Nim	: 212021213
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsetrasi	: Pemasaran

Diterima dan Diserahkan
Pada Tanggal, Mei 2025

Pembimbing I



Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M
NIDN: 0019026101

Pembimbing II



Nadia Afrilliana, SE., M.SI
NIDN: 0219048501

Mengetahui

Dekan

u.b. Ketua program Studi Manajemen



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 6)

"Bersabarlah dalam menghadapi ujian, karena sesungguhnya di dalam kesabaran
terdapat pahala yang besar."

“Hadist Riwayat Bukhari dan Muslim”

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. Skripsi ini
saya persembakan teruntuk orang-orang yang saya sayangi:

1. Kepada kedua orang tuaku Bapak Diky Haitami dan Ibu Salnah tercinta
yang telah dengan ikhlas dan tulus memberikan segalanya untuk
kebahagiaan anaknya.
2. Untuk kedua kakak dan adik-adikku tersayang serta keluarga besarku yang
selalu mendo'akanku.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh

Alhamdulillah Robbil 'Alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahamt, berkah, hidayat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP Di Universitas Muhammadiyah Palembang" dengan baik dan tepat pada waktunya.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW berserta seluruh keluarga dan para sahabatnya yang telah selalu senantiasa membantu perjuangan beliau dalam membawa cahaya petunjuk kepada seluruh umat manusia.

Dengan rasa penuh cinta dan kasih serta kerendahan hati, penulis persembahkan skripsi ini terkhusus kepada kedua orang tuaku, Bapak Diky Haitami dan Ibu Salnah terima kasih telah menyayangi, mendukung dan mendo'akan serta selalu ada untukku. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, maka dengan kempempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Dr. Yudha Mahrom Darmasaputra, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Wani Fitriah, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 1 dan Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 2 yang telah memantu dan meluangkan waktu sampai dengan selesainya skripsi ini.
5. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan Nadia Afrilliana, SE., M.SI selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Belliwati Kosim, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
8. Kepada kakakku Jimi Martin Dan Alfani yang banyak memberikan saran dan masukan, serta adikku Ahmad Assari Maulana yang sudah memberikan semangat dan dukungan untukku.
9. Kepada sahabat tercintaku Muhammad Maulana Yusuf, Lika Agustin, Silvia Dwi Agustina, Annisa Tri andini, Yudha Al-Azhar, seluruh teman-teman Dnabyob dan seluruh teman-teman Bli yang selalu menemaniku mengerjakan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan izin dan bersedia menjadi responden dalam

penelitian ini Dan semua teman-teman yang tidak dapat kusebutkan namanya satu-persatu.

11. Dan yang terakhir terima kasih saya ucapkan untuk diri ini yang pantang menyerah dan sudah berjuang sejauh ini. Terima kasih karena selalu bangkit dan dengan berani selalu mencoba memperbaiki kesalahannya. Terima kasih untuk pertahanan diri yang kuat menjadi individu yang selalu bepegang teguh pada jalan yang baik dan terima kasih karena sudah bertahan untuk skripsi ini.

Dan pada akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kepada semua pihak yang utamanya para pembaca yang baik, Penulis berharap semoga penelitian yang telah dilakukan pada skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya, dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Billahi Fii Sabiilil Haq, Fastabikul Khairot,

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barrokatuh.

Pelembang, Maret 2025

M. Akbar Kurniawan

DAFTAR ISI

Halaman sampul luar	i
Halaman judul	ii
Halaman pernyataan bebas plagiat.....	iii
Halaman pengesahan	iv
Daftar isi.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Sebelumnya	20
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis.....	27
BAB III. METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	30
C. Operasional Variabel	31
D. Populasi Dan Sampling	32
E. Data Yang Diperlukan	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	34
G. Analisis Data Dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Hasil Pra Riset terhadap pembelian Laptop merek HP	5
Tabel III. 1 Operasional Variabel	31
Tabel IV . 1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel IV . 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	55
Tabel IV . 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	56
Tabel IV . 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	57
Tabel IV . 6 Hasil Uji Validitas	58
Tabel IV . 7 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel IV . 8 Keputusan Pembelian	60
Tabel IV . 9 Kualitas Produk	63
Tabel IV . 10 Harga	66
Tabel IV . 11 Distribusi.....	69
Tabel IV . 12 Promosi.....	72
Tabel IV . 13 Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel IV . 14 Uji F.....	77
Tabel IV . 15 Uji t.....	78
Tabel IV . 16 Koefisien Determentasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Top Brand Index.....	4
Gambar II. 1 Modal Perilaku Konsumen	10
Gambar II. 2 Kerangka Pemikiran.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	: Jadwal Penelitian
Lampiran	: Kuesioner
Lampiran	: Tabulasi Data
Lampiran	: Uji Validitas
Lampiran	: Uji Reliabilitas
Lampiran	: Hasil Uji F, Uji t, Dan Koefisien Determinasi
Lampiran	: Tabel r
Lampiran	: Tabel F
Lampiran	: Tabel t
Lampiran	: Surat Keterangan Lunas BPP
Lampiran	: Surat Keterangan Selesai Riset Dan Tempat Penelitian
Lampiran	: Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran	: Cek Plagiat Turnitin
Lampiran	: Sertifikat AIK
Lampiran	: Sertifikat Penantar Aplikasi Komputer
Lampiran	: Sertifikat Aplikasi Komputer Dan Bisnis
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Digital Marketing
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Public Speaking
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan Social Media Management
Lampiran	: Sertifikat SKPI Pelatihan SPSS
Lampiran	: Biodata Penulis

ABSTRAK

M. Akbar Kurniawan /212021213/ PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP HP DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini adalah asosiatif, dengan variabel yang digunakan adalah keputusan pembelian laptop HP di universitas Muhammadiyah Palembang, dengan variabel yang di gunakan adalah keputusan pembelian (Y), kualitas produk (X1), harga (X2), distribusi (X3) dan Promosi (X4). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden yang diambil secara *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien determinasi. Hasil regresi linear berganda menunjukkan ada pengaruh positif kualitas produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian laptop HP di universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil regresi linear berganda menunjukkan 1) Ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga, distribusi dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian laptop HP di Universitas muhammdiyah Palembang, 2) Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang, 3) Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang, 4) Ada pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Squared Sebesar 0,803. Artinya, bahwa kontribusi variabel kualitas produk X1, harga X2, distribusi X3 dan promosi X4 terhadap variabel keputusan pembelian (Y) laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang sebesar 80,3%. Sisanya 19,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: **Kualitas produk, Harga, Distribusi, Promosi, Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

M. Akbar Kurniawan /212021213/ PRODUCT QUALITY, PRICE, DISTRIBUTION, AND PROMOTION ON HP LAPTOP PURCHASE DECISIONS AT MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF PALEMBANG

The objective of this study is to determine the influence of product quality, price, distribution, and promotion on HP laptop purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang, both simultaneously and partially. This research is associative, with the dependent variable being the HP laptop purchase decision at Muhammadiyah University of Palembang. The independent variables include purchase decision (Y), product quality (X1), price (X2), distribution (X3), and promotion (X4). The sample size in this study consists of 100 respondents selected through purposive sampling. The data used is primary data, collected using a questionnaire. The analytical techniques applied include multiple linear regression analysis, F-test and t-test hypothesis testing, and the coefficient of determination. The multiple linear regression results indicate a positive influence of product quality, price, distribution, and promotion on HP laptop purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang. The findings reveal that: 1) Product quality, price, distribution, and promotion collectively have a significant impact on HP laptop purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang, 2) Product quality has an influence on HP laptop purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang, 3) Price affects HP laptop purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang, 4) Distribution influences HP laptop purchase decisions at Muhammadiyah University of Palembang. The coefficient of determination results show an Adjusted R-Squared value of 0.803, meaning that the contribution of product quality (X1), price (X2), distribution (X3), and promotion (X4) to the HP laptop purchase decision variable (Y) at Muhammadiyah University of Palembang is 80.3%. The remaining 19.7% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords :Price, Distribution, Promotion, Product Quality, Buying Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi terus berkembang dalam upaya untuk membantu semua orang dalam segala hal. Saat ini, laptop adalah salah satu keuntungan dari kemajuan teknologi yang sering digunakan. Dengan persaingan yang meningkat, produsen harus dapat menyediakan laptop dengan spesifikasi yang tepat dengan harga yang kompetitif. Situasi ini telah meningkatkan persaingan bisnis, terutama di sektor teknologi komunikasi. Untuk mempertahankan atau mengembangkan bisnis, ada pendekatan khusus yang diperlukan.

Perusahaan harus mampu memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain, untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya, diperlukan strategi dan pendekatan khusus. Strategi pemasaran, yang dikenal sebagai marketing mix, saat melakukan aktivitas pemasaran yang tepat dapat menjadi komponen penting dalam membangun hubungan emosional dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Menurut McChary dalam Intisari (2019:19) mengklarifikasikan berbagai kegiatan pemasaran ke dalam empat jenis umum instrument bauran pemasaran yang dia sebut pemasaran 4p yaitu product, price, place and promotion.

Perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya melalui pelaksanaan kegiatan pemasaran yang efektif dan penyediaan layanan purna jual yang mampu

memuaskan pelanggan. Salah satu kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran adalah perilaku konsumen karena perilaku konsumen secara langsung memengaruhi kelancaran proses pemasaran. Keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dengan perkataan lain pilihan alternatif ada tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Schiffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019:70)

Keputusan pembelian juga sering memperhatikan kualitas barang yang akan mereka beli, apakah barang tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kotler dalam Indrasari (2019:55)

Harga juga memainkan peran penting dalam keputusan pembeli. Jika harga sebanding dengan kualitas dan anggaran yang diharapkan, pembeli lebih cenderung untuk melakukan pembelian. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh Beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. William J. Stanton dalam Indrasari (2019:36).

Keputusan pembelian juga perlu memperhatikan saluran distribusi Menurut Tjiptono (2014:295), Saluran distribusi adalah suatu pelaku bisnis yang membantu seorang produsen dalam menyalurkan suatu barang sampai kepada pembeli akhir.

Keputusan konsumen untuk membeli produk juga dapat dipengaruhi oleh promosi. Menurut Buchory dan Saladin (2018:56), promosi adalah fungsi

pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasive kepada target pelanggan-calon pelanggan (audience) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan audience. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

Semakin Berkembangnya teknologi perangkat laptop semakin banyak bermunculan dengan merek dan spesifikasi yang berbeda dan harga yang bervariasi karena banyaknya merek dan spesifikasi yang ada. Sebagian orang awam yang ingin membeli suatu perangkat laptop menjadi kesulitan untuk memilih perangkat yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Oleh karena itu hal seperti ini harus dipertimbangkan saat akan membeli perangkat laptop supaya perangkat yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain untuk mengimbangi jenis pekerjaan yang akan dilakukan perangkat, dalam pemilihan laptop yang sesuai kebutuhan akan menghemat biaya.

Peningkatan permintaan tahunan untuk laptop menunjukkan bahwa para vendor atau perusahaan pembuat laptop akan sangat menguntungkan di masa depan. Berbagai merek laptop saat ini tersedia di Indonesia, termasuk HP, Lenovo, Apple, Acer, dan Asus, antara lain. Banyak perusahaan yang meluncurkan produk mereka di pasar Indonesia menyebabkan persaingan yang sangat kuat di pasar laptop Indonesia.

Name Brand	2020	2021	2022	2023	2024
Asus	25.40	27.90	24.80	24.40	-
Acer	26.10	26.00	27.10	21.20	-
Lenovo	10.20	10.80	10.30	11.90	-
Apple	6.30	8.00	8.50	10.10	-
HP	-	6.00	6.00	8.60	-

Showing 1 to 5 of 5 entries

Sumber: *Top Brand Indeks 2024*

Gambar I. 1

Top Brand Index

Berdasarkan data *TopBrandIndexs* diatas pemakaian laptop tertinggi berada di laptop Asus sedangkan Hp berada di peringkat ke lima. Hal ini dapat disebabkan karena banyaknya produk-produk baru yang bermunculan dan beberapa merek terus berinovasi dengan berbagai macam varian produknya. Sehingga membuat konsumen melakukan identifikasi secara cermat untuk mengambil Keputusan dalam membeli laptop. Apalagi laptop adalah salah satu barang terpenting untuk membantu pekerjaan setiap karyawan, guru, mahasiswa dan lain-lain.

Setelah peneliti melakukan survey awal kepada 30 responden yang berada di Universitas Muhammadiyah Palembang, ternyata terdapat beberapa keluhan terhadap laptop HP yang akhirnya memunculkan beberapa permasalahan. Berikut alasan responden di Universitas Muhammadiyah Palembang yang kurang berminat dalam menggunakan laptop HP.

Tabel I. 1
Hasil Pra Riset terhadap pembelian Laptop merek HP

NO	PERNYATAA	SETUJU	TIDAK SETUJU	JUMLAH
1	Merek laptop hp mudah di	14	16	30
2	Laptop hp memiliki spe yang lebih baik dibandingkan merek lain	12	18	30
3	Akan menunda pembelian laptop jika harga terlalu tinggi atau anggaran terbatas	14	16	30
4	Laptop hp memiliki fitur yang bagus	14	16	30
5	Baterai laptop hp tetap bertahan lama meskipun sering digunakan dalam aplikasi berat seperti desain grafis atau permainan	10	20	30
6	Warna laptop merek hp sangat mempengaruhi dalam estetika	11	19	30
7	Harga laptop hp lebih terjangkau dibandingkan laptop lain	10	20	30
8	Harga laptop hp sesuai dengan kualitas produk	14	16	30
9	Laptop hp memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan	14	16	30
10	Produk yang di tawarkan laptop hp selalu tersedia di berbagai cabang	12	18	30
11	jangkauan distribusi laptop hp melalui platform online sudah cukup luas dan memberikan pilihan yang lengkap	14	16	30
12	informasi tentang harga, ketersediaan, dan spesifikasi laptop HP mudah ditemukan di toko atau platform online	12	18	30
13	Iklan laptop hp cukup sering muncul di berbagai media	10	20	30
14	Pesan dalam promosi laptop hp jelas dan mudah dimengerti	12	18	30
15	Promosi yang ditawarkan oleh penjual sangat mempengaruhi keputusan saya untuk membeli laptop.	10	20	30

Sumber: Hasil pra riset 2024

Berdasarkan hasil tabel pra riset diatas menjelaskan bahwa pada keputusan pembelian. Responden berpendapat bahwa merek yang dapat diingat dan spesifikasi yang lebih baik dapat membuat keputusan pembelian dan akan menunda pembelian laptop jika harga terlalu tinggi dan anggaran terbatas.

Bisa dijelaskan juga bahwa pada kualitas produk. Responden berpendapat apabila dilihat dari segi kualitas produk, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang rata-rata menjawab tidak karena konsumen akan memilih kualitas produk yang telah dikenal baik, seperti dari desain yang bagus, laptop tidak mudah panas, dan baterai yang tahan lama.

Bisa dielaskan dalam variabel harga, responden Mahasiswa Universitas Palembang rata-rata menjawab tidak setuju, dikarenakan beberapa orang mengatakan harga relatife mahal. faktor harga sangat penting bagi konsumen dalam melakukan pertimbangan ketika melakukan keputusan pembelian. Khususnya mahasiswa yang ingin membeli laptop.

Bisa djelaskan dalam variabel distribusi, responden Mahasiswa universitas Palembang rata-rata menjawab tidak setuju, dikarenakan beberapa orang mengatakan produk yang di tawarkan laptop hp kurang tersedia di berbagai cabang. faktor distribusi sangat penting bagi konsumen dalam melakukan pertimbangan ketika melakukan keputusan pembelian. Khususnya konsumen yang ingin membeli laptop.

Bedasarkan tabel pra riset diatas dijelaskan dalam variabel Promosi, responden Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang rata-rata menjawab

tidak setuju, dikarenakan banyak orang mengatakan kurangnya promosi di media sosial untuk setiap produk baru yang muncul, sehingga banyak konsumen tidak mengetahui tentang laptop terbaru merek hp. Dan untuk merek hp ini sendiri memang sudah terkenal tetapi ada beberapa merek yang lebih terkenal untuk produk laptop. Promosi yang menarik dan dapat tersampaikan ke konsumen sehingga produk dapat dikenal baik oleh masyarakat luas. Lalu konsumen dapat melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP DI Universitas Muhammadiyah Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Adakah pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian Laptop hp di Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Adakah pengaruh Distribusi terhadap Keputusan pembelian laptop hp di Universitas Muhammadiyah Palembang?
5. Adakah pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian Laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan pembelian Laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian Laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh Distribusi terhadap Keputusan pembelian laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang
5. Untuk mengetahui Promosi terhadap Keputusan pembelian Laptop HP di Universitas Muhammadiyah Palembang

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak diantaranya:

1. Bagi penulis

Mengetahui praktek dan teori yang telah diperoleh selama kuliah dalam konsentrasi pemasaran, khususnya tentang topik bauran pemasaran.

2. Bagi almamater

Hasil dalam penelitian ini dapat menjadikan sebagai salah satu bahan kajian untuk penelitian lanjut yang melakukan kajian sejenis

DAFTAR PUSTAKA

- Agista Azzahra, Rahmat N Cahyo, R. S. (2022). Prosiding Seminar Nasional Manajemen *PT. Mitra Gemilang Otista Di Gerendeng Kota Tangerang*, 1(2), 72-76.
- Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Jurnal Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dun Akuntansi*, 2(1), 524-537.
- Asiati, D. I., Fitriah, W., Safitri, E., & Nurahmi, M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri
- Banjarnahor, I., Waloejo, H. D., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 437-446.
- Buchory., A, dan Saladin, D. 2018. Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung: CV. Linda Karya.
- Ebbert dan Griffin. (2019). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptono. 2014. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Gitosudarmo. 2015. Manajemen Pemasaran. edisi kedua. cetakan keenam. Penerbit BPFE . Yogyakarta
- Hasan, M. I. (2017). *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021a). *Intisari Manajemen Pemasaran* (A. Pramesta (ed.); Edisi Keenam, p. 221). Penerbit ANDI
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Maulida, J. H., Waloejo, H. D., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi pada Pengguna Laptop Asus di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 614-621.

- Nanang, S. (2013). Pengaruh Harga, Produk, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk hp di Kota Semarang. <http://eprints.dinus.ac.id/8580/>
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Al Faruq Abdullah, M., Noviany, H., Narulita, S., Hapsari, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Rasita, R. S., Abdurohim, & Islam, D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis dan Strategi Di Era Digital)* (M. Silalahi(ed.)).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2019a). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, pengukuran, dan Strategi* (4th). Andi Offset
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Hewlett-Packard>
- <https://www.hp.com/id-id/shop/laptops-tablets.html>