

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO  
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen S1

**VENY SETYANINGSIH  
2002010016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
TAHUN 2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO  
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**VENY SETYANINGSIH  
2002010016**

**Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang bertanda tangan dibawah ini:**

**Pembimbing**



**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si  
NIK. 2160128**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Veny Setyaningsih  
NIM : 2002010016  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si  
Anggota 1 : Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si  
Anggota 2 : Purnadi, S.E., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto  
Tanggal : 25 Januari 2024

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Asst. Prof. Dr. Niswati Tubastuvi, S.E., M.Si  
N.P. 2160187

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Veny Setyaningsih  
NIM : 2002010016  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil dari penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Veny Setyaningsih

## MOTTO

Dipaksa, terpaksa, terbiasa

(Veny Setyaningsih)

Dan mintalah pertolongan dengan sabar dan sholat

(Q.S Al-Baqarah: 45)



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan ibu saya tersayang, sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih yang tak terhingga atas kerja keras, motivasi dan doa yang telah diberikan selama ini. Semoga Allah SWT membalas setiap keringat yang kalian korbankan atas semua kasih sayangmu yang tak terukur oleh apapun nilainya.
2. Kakak dan adik kandung saya tersayang
3. Para sahabat saya yang selalu menjadi teman setia
4. Teruntuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabil'alamin segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
- 2) Drs. Suyoto, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
- 3) Luthfi Zamakhsyari, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah mengarahkan dan memberi motivasi sejak awal kuliah hingga sekarang ini;
- 4) Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyusunan skripsi kepada saya;
- 5) Muchammad Agung Miftahuddin, S.E., M.Si yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
- 6) Purnadi, S.E., M.Si yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
- 7) Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu

- 8) Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan;
- 9) Untuk orang tua saya bapak Musinto dan ibu Watriah, kakak dan adik saya yang selalu memberikan dukungan moral maupun materil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi masalah dalam penyusunan skripsi ini;
- 10) Untuk teman-teman dekat saya Agustina, Seni Nur Aida, Amanda Hamidah, Nurul Nur Aeni;
- 11) Untuk Nova Dwi Setyono yang selalu memberikan dukungan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Purwokerto, 25 Januari 2024  
Penulis,



Veny Setyaningsih

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Veny Setyaningsih  
NIM : 2002010016  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah yang berjudul :

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto  
Pada tanggal : 25 Januari 2024  
Yang menyatakan,



Veny Setyaningsih

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO DENGAN CITRA  
MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto)**

Veny Setyaningsih

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[venystyaningsih@gmail.com](mailto:venystyaningsih@gmail.com)

Tri Septin Muji Rahayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[triseptinsamingun@gmail.com](mailto:triseptinsamingun@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo dengan citra merek sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan jumlah sampel 110 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah SmartPLS 3.0. Hasil analisis menunjukkan kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap citra merek, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek dapat memediasi kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian**

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON  
PURCHASING DECISIONS FOR LENOVO LAPTOPS WITH BRAND  
IMAGE AS A MEDIATING VARIABLE  
(Study on Students of Universitas Muhammadiyah Purwokerto)***

Veny Setyaningsih

*Faculty of Economics and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[venystyaningsih@gmail.com](mailto:venystyaningsih@gmail.com)*

Tri Septin Muji Rahayu

*Faculty of Economics and Business  
Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
[triseptinsamingun@gmail.com](mailto:triseptinsamingun@gmail.com)*

***ABSTRACT***

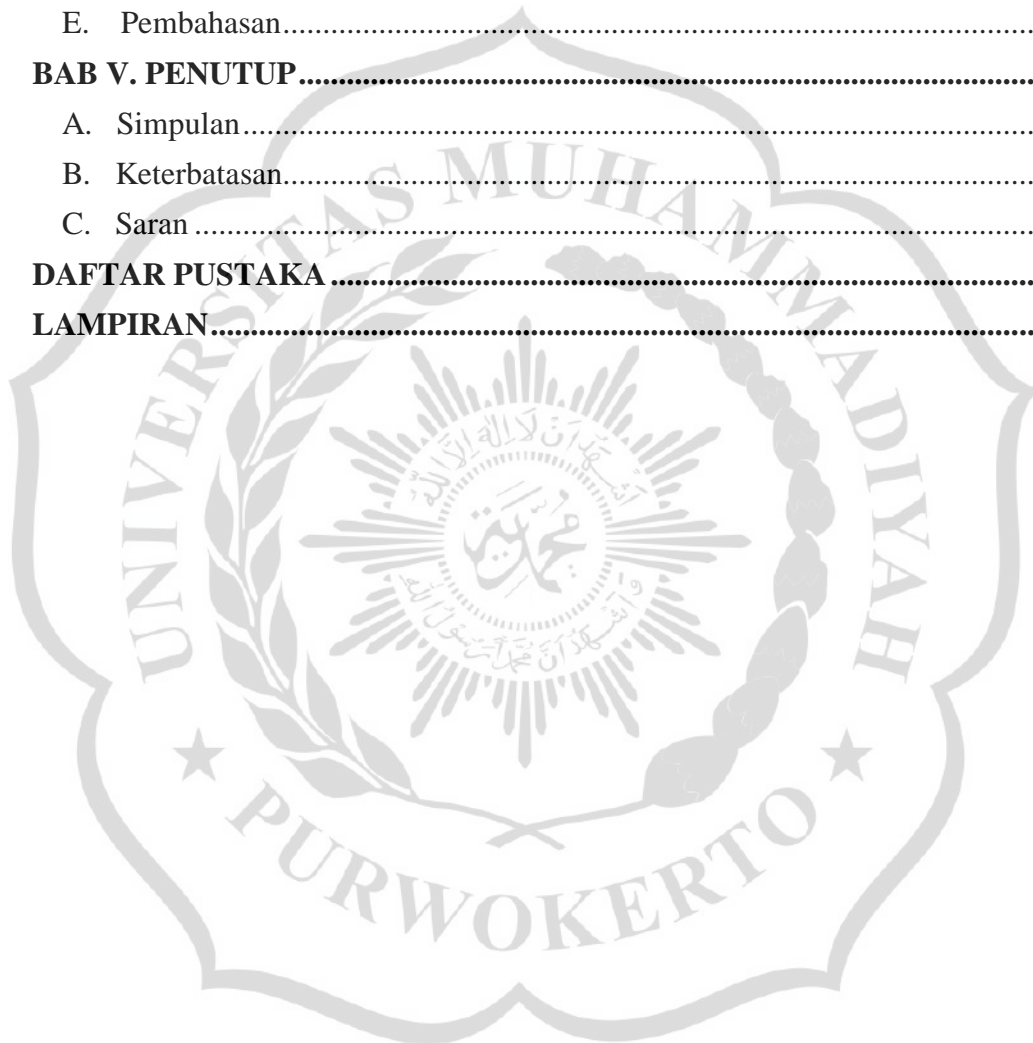
*The purpose of this study was to examine the effect of product quality and promotion on purchasing decisions of Lenovo laptops with brand image as a mediating variable. The population in this study were students of Universitas Muhammadiyah Purwokerto with a sample of 110 respondents. The data collection technique used in this study was purposive sampling. The analytical tool used to test the hypothesis is SmartPLS 3.0. The results of the analysis show that product quality and promotion have a significant effect on brand image, product quality has a significant effect on purchasing decisions, promotion has no significant effect on purchasing decisions and brand image has a significant effect on purchasing decisions. Brand image can mediate product quality and promotion on purchasing decisions.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Brand Image, Purchasing Decisions***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	11
C. Pembatasan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori.....	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis.....	45
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Populasi Dan Sampel .....	46
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	49
D. Metode Pengumpulan Data .....	49
E. Variabel Penelitian .....	51
F. Definisi Operasional.....	52

G. Metode Analisis Data.....	55
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
A. Gambaran Umum.....	64
B. <i>Response Rate</i> .....	65
C. Karakteristik Responden .....	66
D. Hasil Penelitian .....	68
E. Pembahasan.....	86
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>93</b>
A. Simpulan.....	93
B. Keterbatasan.....	93
C. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

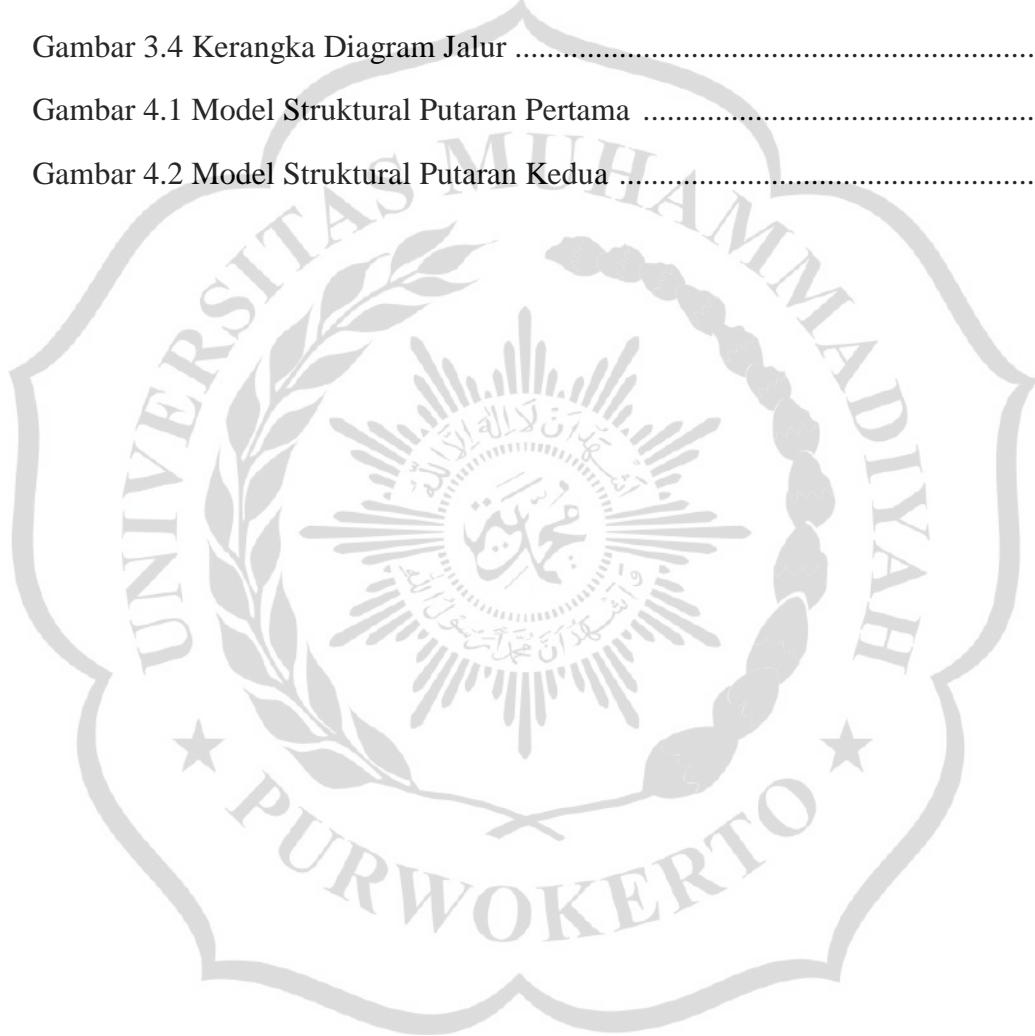


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Award Laptop .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Purwokerto .....	47
Tabel 3.2 Persentase Pembagian Responden Setiap Fakultas .....	48
Tabel 3.3 Indikator dan Pernyataan Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 3.4 Indikator dan Pernyataan Kualitas Produk .....	53
Tabel 3.5 Indikator dan Pernyataan Promosi .....	54
Tabel 3.6 Indikator dan Pernyataan Citra Merek .....	54
Tabel 3.7 <i>Rule Of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran .....	63
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i> .....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden .....	66
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	70
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Promosi .....	72
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek .....	74
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Putaran Pertama .....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Putaran Pertama .....	78
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> Putaran Pertama .....	78
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Putaran Kedua .....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Putaran Kedua .....	80
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> Putara Kedua .....	81
Tabel 4.13 Hasil Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pengaruh Langsung .....	84
Tabel 4.14 Hasil Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung ...	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	45
Gambar 3.1 Model Penelitian SmartPLS 3.0. ....	56
Gambar 3.2 Konstruk Indikator Refleksif .....	59
Gambar 3.3 Konstruk Indikator Formatif .....	60
Gambar 3.4 Kerangka Diagram Jalur .....	61
Gambar 4.1 Model Struktural Putaran Pertama .....	82
Gambar 4.2 Model Struktural Putaran Kedua .....	83



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Deskriptif Responden
- Lampiran 5 : Data Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian
- Lampiran 6 : Data Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk
- Lampiran 7 : Data Jawaban Responden Variabel Promosi
- Lampiran 8 : Data Jawaban Responden Variabel Citra Merek
- Lampiran 9 : Uji *Convergent Validity* Putaran Pertama
- Lampiran 10 A : Uji *Discriminant Validity* Putaran Pertama
- Lampiran 10 B : Uji *Composite Reliability* Putaran Pertama
- Lampiran 11 : Uji *Convergent Validity* Putaran Kedua
- Lampiran 12 A : Uji *Discriminant Validity* Putaran Kedua
- Lampiran 12 B : Uji *Composite Reliability* Putaran Kedua
- Lampiran 13 : Uji Model Struktural Putaran Pertama
- Lampiran 14 : Uji Model Struktural Putaran Kedua
- Lampiran 15 : Hasil Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pengaruh Langsung
- Lampiran 16 : Hasil Penerimaan/Penolakan Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung
- Lampiran 17 : Lolos Plagiarisme