

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *BRAND AWARENESS* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAPTOP ASUS
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

GABRIEL LOUIS JOVIAN

11200835

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

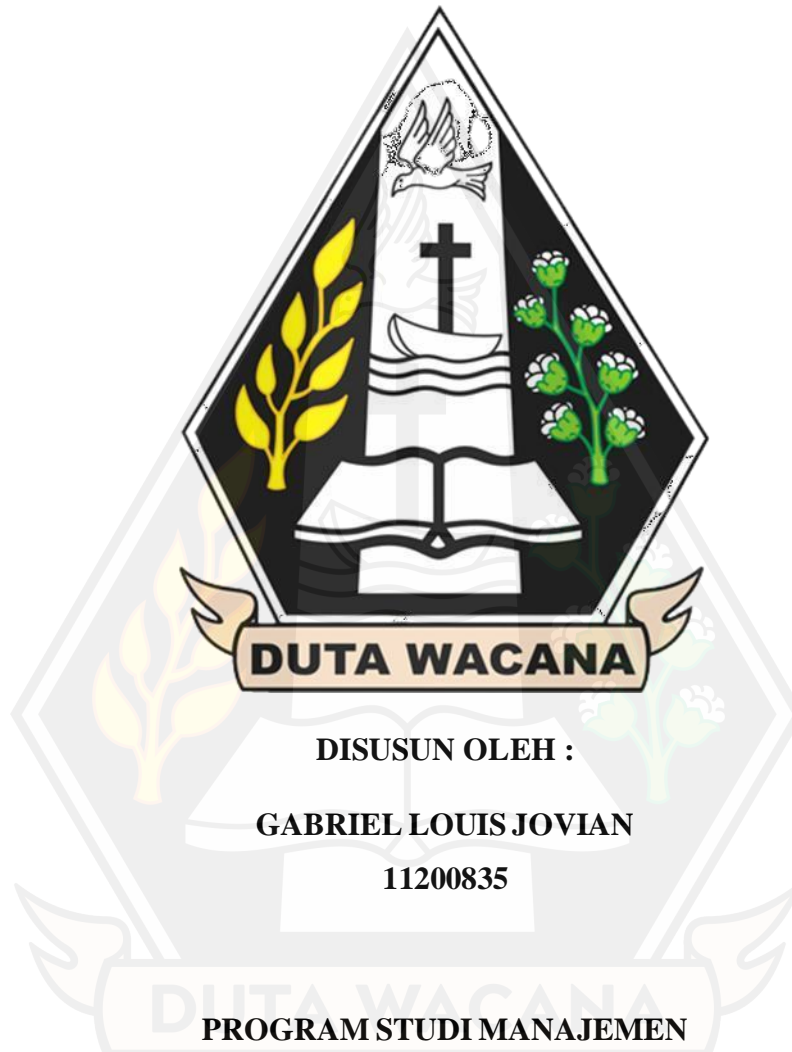
YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *BRAND AWARENESS* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAPTOP ASUS
DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 Manajemen



DISUSUN OLEH :

GABRIEL LOUIS JOVIAN

11200835

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabriel Louis Jovian
NIM : 11200835
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *BRAND*
AWARENESS DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK LAPTOP ASUS DI KOTA YOGYAKARTA ”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 14 Mei 2024

Yang menyatakan



(Gabriel Louis Jovian)
NIM 11200835

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**" PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, BRAND AWARENESS
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAPTOP
ASUS DI KOTA YOGYAKARTA"**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

GABRIEL LOUIS JOVIAN

11200835

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 29 April 2024

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si

(Ketua Tim Penguji)

2. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

3. Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M., M.Min

(Dosen Penguji, Dosen Pembimbing)

Yogyakarta, 14 Mei 2024

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si

Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, BRAND
AWARENESS DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI
PRODUK LAPTOP ASUS DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 3 April 2024



Gabriel Louis Jovian

11200835

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan terhadap Tuhan yang Maha Esa, 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 terhadap Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai terhadap penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih terhadap:

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M.,M.Min, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
3. Anjing saya yaitu Cathy, Sidney, Justin yang selalu menemani penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 8 Januari 2023



Gabriel Louis Jovian

DAFTAR ISI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, BRAND AWARENESS DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAPTOP ASUS DI KOTA YOGYAKARTA	1
HALAMAN PENGANTAR SKRIPSI.....	2
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	4
HALAMAN MOTTO	5
HALAMAN PERSEMBAHAN	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, BRAND AWARENESS AND WOM ON THE INTEREST IN BUYING ASUS LAPTOP PRODUCTS IN YOGYAKARTA CITY	14
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kontribusi Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Minat Beli.....	8
2.1.2 Kualitas Produk.....	9
2.1.3 Harga.....	10
2.1.4 Brand Awareness	10
2.1.5 Word Of Mouth (WOM)	13
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran	17
2.4 Pengembangan Hipotesis	17
2.4.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Beli.....	17
2.4.2 Hubungan Harga dengan Minat Beli.....	18
2.5 Pengembangan Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel.....	22
3.5 Uji Instrumen	24

3.5.1 Uji Validitas.....	24
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.6 Metoda Analisis Data.....	25
3.6.1 Uji Regresi Linear Berganda	25
3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	26
3.6.3 Uji F	27
3.6.4 Uji t.....	27
BAB IV.....	28
4.1 Hasil Tes Instrumen	28
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	28
4.1.2 Uji Reliabilitas	29
4.2 Profil Responden	30
4.3 Hasil Uji Statistik.....	32
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	32
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi.....	33
4.3.3 Hasil Tes F	33
4.3.4 Hasil Tes t	34
4.4 Pembahasan.....	35
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	36
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen	36
BAB V.....	40
KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Keterbatasan Penelitian	40
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	40
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	21
Tabel 3.2	23
Tabel 4.1 Jenis kelamin.....	28
Tabel 4.2 Usia.....	28
Tabel 4.3 Alasan.....	29
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	32
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi.....	33
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	33
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 2.1	11
Gambar 2.2	16



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	46
Lampiran 2 Nama Responden + Gender + Alasan + Usia.....	49
Lampiran 3 Hasil SPSS Gender.....	50
Lampiran 4 Hasil SPSS Usia	50
Lampiran 5 Hasil SPSS Alasan	50
Lampiran 6 Hasil SPSS dari skala liker = angka.....	51
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas	52
Lampiran 8 Hasil Uji Item total statistic.....	52
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas tiap Variabel.....	53
Lampiran 10 Regresi Linear Berganda.....	53
Lampiran 11 Anova	53



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *BRAND AWARENESS* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAPTOP ASUS
DI KOTA YOGYAKARTA**

Gabriel Louis Jovian

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta

Wacana

e-mail: 11200835@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian dibuat dengan maksud mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, *Brand Awareness* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat beli Produk Laptop Asus Terhadap Masyarakat Yogyakarta. Responden dari penelitian ini yaitu antara lain merupakan Masyarakat Yogyakarta, metode yang digunakan yaitu berupa kuisisioner berbentuk google form dan disebarakan melalui media sosial *whatsapp* & *Instagram*. Jumlah responden mendapatkan 100 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda dan dalam melihat kontribusi dari tiap variabel menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji -t, uji -f dan Koefisien Determinasi. Terdapat variable independen yaitu Kualitas Produk, Harga, *Brand Awareness* dan *Word Of Mouth* dan variable dependen yaitu Minat beli.

Berdasarkan hasil diatas ditemukan bahwa Kualitas produk, *Brand Awareness* dan *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli produk laptop, sedangkan dengan variable harga kurang memberikan hasil yang signifikan akan minat beli produk laptop Asus. Secara bersama sama variable yaitu Kualitas Produk, Harga, *Brand Awareness* dan *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, *Brand Awareness*, *Word Of Mouth* , Minat Beli, Laptop Asus, Yogyakarta

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, BRAND AWARENESS
AND WOM ON THE INTEREST IN BUYING ASUS LAPTOP PRODUCTS IN
YOGYAKARTA CITY***

Gabriel Louis Jovian

*Management Study Program, Faculty of Business, Duta Wacana Christian
University*

e-mail: 11200835@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

The research was made with the intention of knowing the Effect of Product Quality, Price, Brand Awareness and WOM on the Interest in Buying Asus Laptop Products in Yogyakarta City. The respondents of this study were among others People's in Yogyakarta City, the method used was in the form of a questionnaire in the form of a google form and disseminated through social media whatsapp and Instagram. The number of respondents received 100 respondents. The analysis method used is multiple linear analysis and in looking at the contribution of each variable using validity tests, reliability tests, -t tests, -f tests and Coefficients of Determination. There are independent variables, namely Product Quality, Price, Brand Awareness and WOM and the dependent variable is buying interest.

Based on the results above, it was found that product quality, Brand Awareness and WOM have a positive and significant effect on the interest in buying laptop products, while the price variable does not provide significant results on the interest in buying Asus laptop products. In the same vein, Product Quality, Price, Brand Awareness and WOM are Significance on interest buying.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Awareness, WOM, Buying Interest, Asus Laptop, Yogyakarta Ci

BAB I PENDAHULUAN

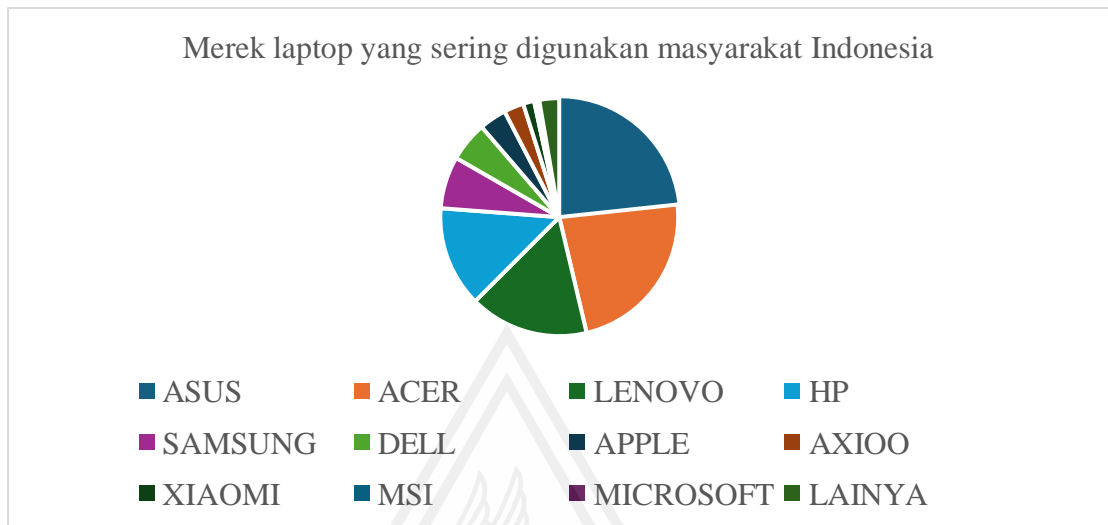
1.1 Latar Belakang

Terhadap dunia yang kian cepat serta canggih saat ini, semua orang membutuhkan gadget / perangkat elektronik dalam pekerjaan sehari-hari mereka. Dari anak kecil 1 tahun hingga orang tua, mereka sudah mulai mengandalkan perangkat elektronik, di mana perangkat elektronik ini dapat menyenangkan penggunaannya, di mana perangkat elektronik ini dapat digunakan sebagai alat kerja, alat belajar dan hiburan/hiburan baik untuk anak kecil maupun orang tua.

Perangkat elektronik yang dimaksud adalah komputer portabel yang kompatibel dengan komputer pribadi yang cukup kecil yang dapat dibawa dan diletakkan di pangkuan, terdiri dari satu unit yang berisi keyboard dan layar. layar, mikroprosesor, biasanya dilengkapi dengan baterai isi ulang. Laptop kini menjadi barang yang wajib dimiliki bagi sebagian orang yang sama-sama bekerja, belajar dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi.

Ada banyak laptop di pasaran, sehingga persaingan dimulai dari harga, kualitas, komponen yang digunakan dan juga berbagai strategi yang digunakan untuk menjangkau konsumen baru yang dapat meningkatkan brand awareness dengan membuat penawaran/promosi yang dapat menarik dan menarik konsumen. minat, yang kedua memberikan kualitas yang baik, misalnya menggunakan prosesor yang bagus sehingga awet, yang ketiga menggunakan *Word Of Mouth*. Menurut studi Kurious Katadata Insight Center (2023) Asus menjadi laptop yang terbanyak dipakai di kalangan pengguna Indonesia. Ternyata 23,3% respondennya rutin memanfaatkan laptop merek Asus terhadap kurun satu tahun belakangan.

Gambar 1. 1



Sumber : Annur, Mutia, Cindy. 2023. Asus Jadi Merek Laptop yang Paling Banyak Digunakan Konsumen Indonesia.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/17/kurios-kic-asus-jadi-merek-laptop-yang-paling-banyak-digunakan-konsumen-indonesia>

Berdasarkan data terbaru para responden, yang merupakan buku informasi Februari 2023, merek laptop yang dalam hal ini terbanyak dipakai mengklaim bahwa pengguna produk laptop Asus di Indonesia hingga mencapai 23.3 % sehingga menunjukkan bahwa minat beli merek Laptop Asus sangat tinggi.

Asus atau ASUSTeK Computer Inc. adalah perusahaan yang beroperasi di industri perangkat keras komputer. Asus memproduksi berbagai produk termasuk; laptop, desktop, motherboard, kartu grafis, monitor, perangkat jaringan dan elektronik konsumen lainnya. Perusahaan Asus berlokasi di Taiwan dan telah beroperasi sejak tahun 1989. Perusahaan untuk menjaga produk mereka di pasar mereka melakukan hal-hal yang berbeda yang dapat meningkatkan pendapatan dari berbagai faktor termasuk.

Asus atau ASUSTeK Computer Inc. adalah perusahaan yang beroperasi di industri perangkat keras komputer. Asus memproduksi berbagai produk termasuk; laptop, desktop, motherboard, kartu grafis, monitor, perangkat jaringan dan elektronik konsumen lainnya. Perusahaan Asus berlokasi di Taiwan dan telah beroperasi sejak tahun 1989. Perusahaan untuk menjaga produk mereka di pasar mereka melakukan hal-hal yang berbeda yang dapat meningkatkan pendapatan dari berbagai faktor termasuk.

Menurut Subakti (2023) Produk Asus menawarkan barang-barang yang sangat bagus, terutama laptop mereka di mana mereka menjual / menawarkan barang- barang mereka sebagai barang yang sangat bagus dengan melihat data banyaknya pengguna laptop di Indonesia dengan hasil 23.3 % menyatakan bahwa laptop Asus dapat diandalkan oleh pengguna nya dalam berbagai macam hal. Perusahaan Asus juga terus memfokuskan terhadap inovasi terbaru dengan memberikan kualitas produk sesuai dengan keperluan zaman yang terus berjalan dengan meningkatkan terhadap poin experience sehingga dapat memunculkan testimoni dari pengguna yang dapat memberikan efek *Word Of Mouth* terhadap calon pembeli dengan juga mempertimbangkan harga dari produk yang ditawarkan dengan kesesuaian dari kualitas produk, dalam halnya meningkatkan Brand Awareness mereka terhadap calon pembeli dengan cara berkolaborasi dengan artis, seperti contoh (G)I-DLE Soyeon.

Penelitian ini menggunakan variable independen yaitu kualitas produk, harga, *brand awareness* dan *word of mouth*, karena keempat variabel ini berguna dalam menganalisis faktor pribadi seseorang dan dapat mempengaruhi minat beli produk. Bagi perusahaan keempat variabel diatas dapat membantu merancang strategi

pemasaran yang lebih efektif sehingga bisa meningkatkan *trusted* dari calon konsumen dan diharapkan dengan penelitian yang dilakukan dapat meningkatkan minat beli khususnya pada produk laptop Asus.

Aspek utama dalam mempengaruhi sebuah minat beli yaitu kualitas produk dimana sebuah kualitas produk yaitu kemampuannya guna melaksanakan fungsi daya tahan, kemudahan penggunaan, keandalan, akurasi, peningkatan produk, serta karakteristik berharga yang lain (Weenas, 2013).

Aspek kedua dalam mempengaruhi sebuah minat beli yaitu harga dimana harga sangat mempengaruhi penjualan dari suatu produk dan keuntungan dari perusahaan. Harga merupakan yaitu beberapa uang yang diberikan pembebanan terhadap produk maupun jasa bahkan jumlah nilai yang ditukarnya dalam rangka mencapai keuntungan dari pengguna ataupun pemiliknya (Kotler, 2017).

Aspek ketiga dalam mempengaruhi sebuah minat beli yaitu *brand awareness* dimana salah satu kunci/ tujuan terpenting saat memperkenalkan produk baru. *Brand awareness* merupakan yakni kemampuan calon pembelinya dalam mengingat ataupun mengenali tentang merek yang termasuk unsur dari suatu kategori sebuah produknya (Wijayanto, 2010).

Aspek terakhir dalam mempengaruhi sebuah minat beli yaitu *word of mouth* dimana ini sangat menjadi kunci penting yaitu mempunyai efek besar terhadap perilaku pembelian konsumennya di mana rekomendasi teman/sahabat lebih dipercaya dariterhadap iklan atau penjualan. *Word of mouth* merupakan komunikasi lisan, elektronik maupun tertulis dalam masyarakat berkaitan terhadap pengalaman ataupun keunggulannya terhadap pembelian maupun penggunaan jasanya (Kotler dan Keller, 2015).

Tahap minat beli merupakan sebuah tingkah laku yang terjadi menjadi respons terhadap objek terkait dengan konsumennya dan keinginan supaya membeli. (Kotler dan Keller, 2021). Menurut dalam jurnalnya minat beli merupakan keputusan yang melibatkan persepsi harga. Minat beli seseorang awalnya dimulai dengan *attention* (perhatian) terhadap suatu produk, lalu *interest* (ketertarikan), dan *desire* (keinginan) (Ningsih, 2016).

Terhadap kajian ini menggunakan variable Kualitas Produk (X1), Harga (X2), *Brand Awareness* (X3), *Word Of Mouth* (X4) dan Minat Beli (Y). Aspek Kualitas Produk, Harga, *Brand Awareness* dan *Word Of Mouth* menjadi aspek penting dalam bisnis dan startegi bagi sebuah perusahaan dalam hal memasarkan produk yang mereka jual dan minat beli menjadi harapan bagi perusahaan karena hal ini berpengaruh terhadap pembelian produk yang mereka tawarkan. Maka peneliti bermaksud membuktikan apakah memiliki pengaruh atau tidak terhadap tema “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, *BRAND AWARENESS* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAPTOP ASUS DI KOTA YOGYAKARTA”.

1.2 Rumusan Masalah

Terhadap riset ini ada rumusan permasalahan yang akan diuraian antara lain:

- a. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi minat beli Produk Laptop Asus di kota Yogyakarta ?
- b. Apakah harga tersebut mempengaruhi minat beli Produk Laptop Asus di kota Yogyakarta ?
- c. Apakah *Brand Awareness* mempengaruhi minat beli Produk Laptop Asus di kota Yogyakarta ?

- d. Apakah *Word Of Mouth* memberikan pengaruh terhadap minat beli Produk di kota Yogyakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Terhadap riset ini harapannya mampu memberi manfaat bagi :

- a. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk laptop Asus di kota Yogyakarta ?
- b. Menguji pengaruh harga terhadap minat beli produk laptop Asus untuk di kota Yogyakarta ?
- c. Menguji pengaruh *brand awareness* terhadap minat beli produk laptop di kota Yogyakarta ?
- d. Menguji pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli produk laptop Asus di kota Yogyakarta ?

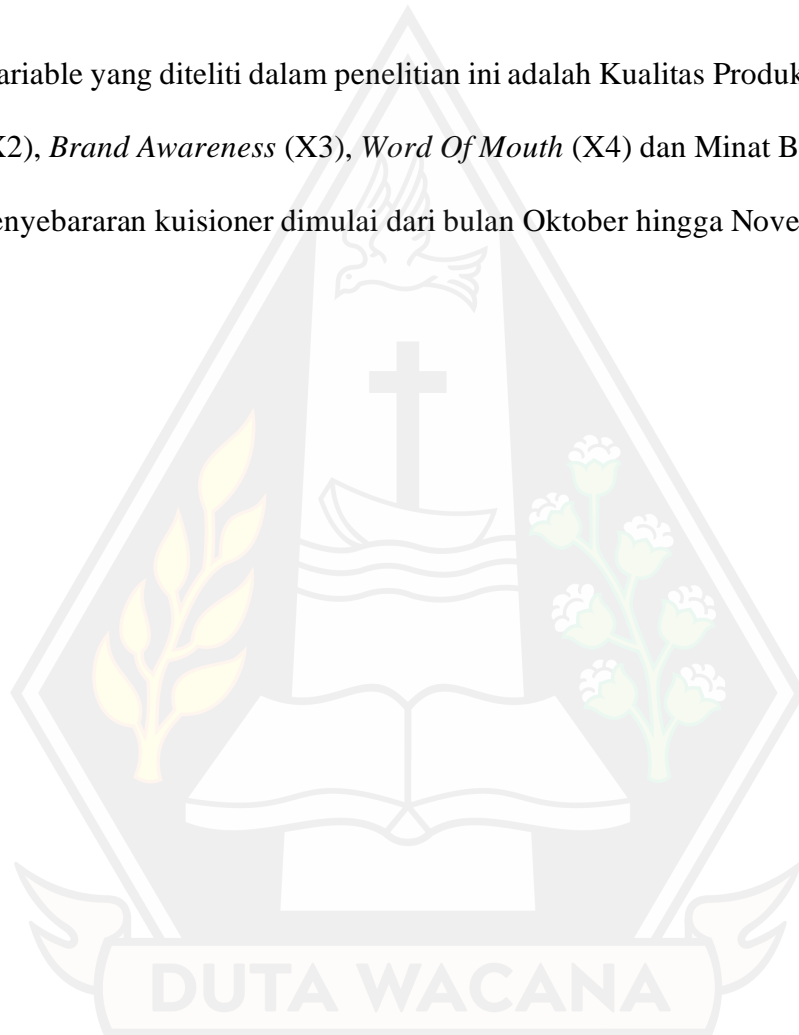
1.4 Kontribusi Penelitian

Terhadap riset ini harapannya mampu memberi manfaat bagi :

- a. Perusahaan Asus
Diusahakan perusahaan ASUS dapat mengembangkan strategi terhadap khususnya terhadap kualitas produk, harga, *brand awareness* dan *word of mouth*.
- b. Akademisi
Dari temuan riset ini harapannya bisa digunakan sebagai melengkapi penelitian – penelitian sebelumnya terkait kualitas produk, harga, *brand awareness* dan *word of mouth*.

1.5 Batasan Penelitian

- a. Penelitian dilakukan terhadap konsumen laptop Asus di kota Yogyakarta
- b. Untuk indikator *Word Of Mouth* yang direkomendasikan oleh media sosial dibatasi pada review oleh Youtuber
- c. Jumlah responden dibatasi sebanyak 100 responden
- d. Variable yang diteliti dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), *Brand Awareness* (X3), *Word Of Mouth* (X4) dan Minat Beli (Y)
- e. Penyebararan kuisisioner dimulai dari bulan Oktober hingga November 2024



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu temuan riset ini terkait Pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Brand Awareness* serta *Word Of Mouth* terhadap Minat Membeli Produk Laptop Asus di kota Yogyakarta dengan menggunakan sample testing sebanyak 100 respons. Dari 100 responden yang telah berkontribusi dalam mengisi kuesioner ini, bisa diperoleh simpulan yakni:

- a. Kualitas produk, *brand awareness*, serta *Word Of Mouth* sebagian memberi pengaruh signifikan terhadap minat membeli produk laptop Asus di kota Yogyakarta.
- b. Harga tidak mempengaruhi minat membeli produk laptop Asus di kota Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

- a. Kualitas Produk memberi pengaruh signifikan terhadap minat beli terhadap produk laptop Asus, hal ini harus terus dikembangkan dan dipertahankan karena melalui kualitas produk secara baik, calon pembeli tidak ragu dan meningkatkan minat beli terhadap produk laptop Asus.
- b. Perusahaan Asus harus bisa membuat harga itu menjadi hal terakhir yang dipikirkan calon konsumen sehingga dengan begitu maka akan meningkatkan pembelian produk laptop Asus.

- c. *Brand awareness* memberi pengaruh signifikan terhadap minat beli produk laptop Asus, di mana perusahaan juga harus meningkatkan *brand awareness* khususnya di pasar pelajar agar dapat menjadi top of mind produk laptop dan alternatif dalam pemilihan laptop.
- d. *Word Of Mouth* memberi pengaruh signifikan terhadap minat membeli produk laptop Asus, demikian berkesinambungan terhadap kualitas produk, harga, *brand awareness* di mana beberapa poin tersebut akan menjadi testimoni nyata dari konsumen sehingga dapat mempengaruhi calon konsumen dan meningkatkan minat beli. Maka perusahaan wajib mempertahankan kualitas produk, harga serta meningkatkan *brand awareness* terhadap produknya.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Direkomendasikan bagi peneliti berikutnya guna memperluas variabel-variabel yang dikutip oleh penelitian ini, sehingga mereka dapat mengeksplorasi laptop Asus yang mempunyai minat beli tinggi dibandingkan dengan produk laptop lainnya dan menyarankan untuk melakukan penelitian mengenai variabel *brand loyalty* dan *brand reputation*.
- b. Disarankan agar peneliti dapat lebih menambah/memperluas kuesioner dari riset ini dan memperoleh temuan yang beragam sehingga mendapatkan temuan dengan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. A. (2014). Pengaruh Word of Mouth dan Nama Merek terhadap Kepercayaan Merek terhadap Niat Pembelian terhadap Mobil Toyota Agya di Kota Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Andrenata, A., Supeni, R. E., & Rahayu, J. (2022). Pengaruh Perceived Value, Brand Awareness, Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Terhadap Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, Vol 9(4), hal 813-824.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor yamaha (Studi kasus terhadap konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Arsyanti, N. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi terhadap Toko Online Shopastelle, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Vol 5(2), hal 291-301.
- Azizah, A. F. A. S. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Inovasi dan Kualitas Layanan sebagai Variabel Mediasi (Studi Terhadap Peserta BPJS Ketenagakerjaan Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Bakti, U., dan Septijantini, A.M. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Terhadap Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *In Jurnal Ekonomi* Vol 22 (1).
- Dama, D. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih laptop acer di toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, Vol 16 (1).
- Diyansari, N., & Hadi, M. (2021). Pengaruh E-WOM (Electronic Word of Mouth) dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Dessert Box Bittersweet By Najla. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol 7 (2), hal 61-64.
- Fatimah, B. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Marketgram Journal*, Vol 1(1), hal 11-20.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol 4(3), hal 415-424.

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol 1 (1), hal 25-32.
- Kotler, Philip and Lane Keller. (2017). *Marketing Manajement, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.*
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol 30(02), hal 11-19.
- Lestari, S. A., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba Dikalangan Mahasiswa Universitas Negeri Terhadapng. *Jurnal Ecogen*, Vol 2(3), hal 524-531.
- Lestari, S. A., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Harga Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Laptop Merek Toshiba Dikalangan Mahasiswa Universitas Negeri Terhadapng. *Jurnal Ecogen*, Vol 2 (3), hal 524-531.
- Liederman, J.F., Luik, J.E., dan Aritonang, A.I. (2023). Tingkat Brand Awareness Masyarakat Samarinda Pengguna Instagram Terhadap Brand Klinik Kecantikan Zap Samarinda. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*, Vol 11 (1).
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, Vol 2 (2), hal 34-44.
- Masyhuri, M. dan Magnadi,R.H. 2016. Analisis Pengaruh Customer Experience, Intensitas Periklanan Terhadap Minat Beli Gamedia.Com Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Terhadap Pelanggan Gamedia Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, Vol 5 (3), hal.1-11.
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol 2 (1), hal 524-537.
- Michelle, M., Wahyudi, O. B., & Goenawan, F. (2021). Tingkat Brand Awareness Masyarakat Surabaya Terhadap Kollabora. *Jurnal e-Komunikasi*, Vol 9 (2).
- Nurfitri, A. R., Setyaningsih, E., Dimiyati, D., & Winarsih, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen terhadap Produk Smartphone Samsung di Wilayah DKI Jakarta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol 3 (5), hal 1296-1312.

- Powa, G. A., Lopian, S. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Terhadap Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 6 (3).
- Prabowo, I. J. K. G. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY pengguna Iphone). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, Vol 5(3), hal 246-256.
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran komunikasi word of mouth tradisional dan electronic word of mouth terhadap merek. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol 14 (1).
- Purnama, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sebamed Terhadap Divisi Dewasa Pt Eltean Luhur Kencana Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Publika*, Vol (1), hal 267-272.
- Purnomo, E. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama)* (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).
- Rattu, R. M. M., Mandey, S., & Kawet, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Laptop Terhadap Toko Gamers Gear Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol 10(1), hal 1476-1485.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, Vol 1(1), hal 37-48.
- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus terhadap Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 6(3), hal 453-464.
- Sariningsih, D. E. (2018). Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Notebook ASUS (Studi Empiris terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen terhadap smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol 3 (1), hal 301-313.
- Sugiyanto, S., & Widagdo, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Laptop Merek Acer Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol 2(2), hal 132-142.

- Sugiyanto, S., & Widagdo, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Laptop Merek Acer Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol 2 (2), hal 132-142.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- Sulistyawati, P. (2011). *Analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek acer di kota semarang* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Syafaruddin, Z. (2016). Pengaruh komunikasi electronicword of mouth terhadap kepercayaan (trust) dan niat beli (purchase intention) serta dampaknya terhadap keputusan pembelian (Survey terhadap konsumen online shopping zafertech. com). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 3 (1).
- Timpal, N. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand attitude terhadap keputusan pembelian handphone merek nokia (studi kasus terhadap siswa sma dan smk di kota manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16 (1).
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).



