



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK SERTA LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP *SECOND* DI TJA
TECH KEDIRI**

Oleh:

Luri Julia Puput Pramesthi	(2112010047)
Zulistiani, S.Pd., M.M.	(0711118603)
Itot Bian Raharjo, S.Pd., S.E., M.M.	(0718118408)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Judul Penelitian | : PENGARUH HARGA, KUALITAS
PRODUK SERTA LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP SECOND
DI TJA TECH KEDIRI |
| 2. Ketua | |
| a. Nama Lengkap | : Luri Julia Puput Pramesthi |
| b. NPM | : 2112010047 |
| c. Fak/Prodi | : FEB/Manajemen |
| d. Alamat Rumah | : Jl.Bakung No 27, Ngampel,
Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur,
Indonesia |
| e. Telp./HP | : 08967700335 |
| f. Email | : jpramesthi@gmail.com |
| 3. Jangka waktu Penelitian | : 3 bulan |
| 4. Pembiayaan | : |
| a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri | : - |
| b. Dari sumber lain | : Rp 10.000.000 |
| Jumlah Seluruhnya | : Rp 10.000.000 |

Mengetahui,
Kaprodik Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 2 Juli 2025
Ketua,



Luri Julia Puput Pramesthi
NPM. 2112010047

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya berkat limpahan rahmat dan izin-Nya, proposal ini dapat tersusun dengan baik. Proposal ini merupakan salah satu tahap dari rencana penelitian yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.M. Selaku Rektor UNP Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada penulis.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
3. Ibu Restin Meilina, M.M. Selaku Kaprodi Manajemen.
4. Ibu Zulistiani, S.Pd, M.M. selaku Dosen Pembimbing satu yang telah banyak membantu mahasiswa dalam menyelesaikan penyusunan Laporan Penelitian ini hingga tepat waktu.
5. Bapak Itot Bian Raharjo, S.Pd., S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dua yang telah banyak membantu mahasiswa dalam menyelesaikan penyusunan Laporan Penelitian ini hingga tepat waktu.
6. Bapak dan Ibu selaku pemilik CV. TJA Tech yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di CV. TJA Tech Kota Kediri.
7. Alm. Bapak Hari Suryanto dan Ibu Eko Luluk Ernawati, yang sudah memberikan semua untuk penulis baik doa, dukungan, motivasi, dan materi. Terimakasih atas semua usaha bapak dan ibu yang penulis tidak tau seberapa berat untuk memberikan yang terbaik untuk penulis.
8. Teruntuk Moh. Sigit Santoso yang setia memberikan semangat untuk penulis dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis.
9. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan Laporan Penelitian ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya.

Kediri, 02 Juli 2025

Luri Julia Puput Pramesthi

NPM: 2112010047

RINGKASAN

Luri Julia Puput Pramesthi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk Serta Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop *Second* Di Tja Tech Kediri
Laporan Penelitian Desiminasi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2025.

Kata kunci : Harga, kualitas produk, lokasi, dan keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian dalam membeli laptop bekas di took laptop *second* TJA Tech di Kota Kediri. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausalitas dengan teknik non probibabilitas khususnya purposive sampling dengan responden adalah konsumen yang pernah membeli laptop di TJA Tech. Dikhususkan kepada konsumen yang telah membeli laptop sebanyak 40 responden yang akan dianalisis menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, determinasi koefisien, dan uji regresi linear berganda serta uji hipotesis dengan alat penelitian SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian namun lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko laptop *second* TJA Tech di Kota Kediri. Penelitian ini berkontribusi terhadap faktor yang memengaruhi keputusan pembelian terutama pada toko laptop, dengan aspek yang memengaruhi adalah harga, kualitas, dan lokasi. Hal ini diharapkan dapat menambah literatur dalam memahami perilaku konsumen terutama pada daerah lokal.

Kebaruan pada penelitian terletak pada penggunaan tiga variabel sekaligus yaitu harga, kualitas dan lokasi yang secara bersamaan dianalisis terhadap keputusan pembelian, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menggunakan satu atau dua variabel saja. Hal ini berbeda dengan Sebagian besar penelitian terdahulu yang hanya membahas satu atau dua variabel saja. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih luas dalam pengembangan strategi pemasaran khusus dibidang penjualan produk *second*, khususnya laptop.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	3
BAB II KAJIAN TEORI.....	4
A. Keputusan Pembelian	4
B. Harga	7
C. Kualitas.....	10
D. Lokasi	12
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	16
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	16
C. Sasaran Penelitian	17
D. Instrumen Penelitian.....	18
E. Prosedur Analisis Data	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
A. Hasil Penelitian	26
B. Hasil Analisis Data.....	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	37
A. Kesimpulan	38
B.	
Implikasi.....	
.....	37

B. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	18
Tabel 3.2 Kisi-kisi pernyataan kuisioner	19
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	20
Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas	21
Tabel 4.1 Analisis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Analisis Responden Berdasarkan Usia	27
Tabel 4.3 Analisis Responden Berdasarkan Pendapatan	27
Tabel 4.4 Analisis Responden Berdasarkan Pembelian Laptop	28
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolineritas	30
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	32
Tabel 4.8 Hasil Uji T (Uji Parsial)	33
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Uji Simultan)	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo TJA Tech.....	26
Gambar 4.2 Daftar Grafik Normal Probability Plot	28
Gambar 4.3 Daftar Grafik Normal Probability Plot	29
Gambar 4.4 Daftar Grafik Scatterplot.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian.....	42
Lampiran 2: Surat Balasan	43
Lampiran 3: Instrumen Penelitian	43
Lampiran 4: Tabulasi Angket	45
Lampiran 5: Dokumentasi.....	49
Lampiran 7: Artikel yang Dipublikasikan.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keputusan pembelian adalah salah satu aspek penting dalam perilaku konsumen. Tahap ini menggambarkan proses akhir ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk setelah melalui berbagai pertimbangan (Banjarnahor et al., 2023). Dalam konteks laptop, keputusan pembelian dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti harga, kualitas produk serta lokasi penjualan (Seraficha, 2023). Data dari IDC menunjukkan bahwa pengiriman perangkat PC di Indonesia meningkat 8,8% dibanding tahun sebelumnya (Acer Indonesia, 2024). Selain itu kementerian perindustrian menyatakan bahwa permintaan laptop berada di kisaran tiga unit per tahun dan terus naik seiring percepatan digitalisasi di sektor publik, pendidikan dan (Alim, n.d.) Acer Indonesia juga optimis bahwa permintaan laptop akan terus meningkat sebagai dampak dari transformasi digital dan pola kerja hybrid (Indonesia Acer, n.d.). Hal ini diperkuat oleh data IMDI 2024 yang mencatat penetrasi internet nasional mencapai hampir 80% serta digitalisasi masyarakat yang berkembang signifikan (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2024) Kondisi ini memperkuat urgensi penelitian terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian laptop, termasuk alternatif laptop *second* yang lebih ekonomis.

Dilihat Laptop menjadi perangkat penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi pelajar, mahasiswa, pekerja kantor hingga pelaku UMKM. Namun tingginya harga laptop baru membuat sebagian konsumen mempertimbangkan untuk membeli laptop *second*. Laptop bekas dengan spesifikasi tinggi dengan harga lebih terjangkau dianggap sebagai solusi ekonomis yang tetap dapat memenuhi kebutuhan pengguna (Eka, 2023). Dalam kondisi ini faktor harga menjadi penentu utama dalam proses pengambilan keputusan. Ketika harga dinilai sesuai dengan manfaat dan kualitas yang

diterima maka konsumen cenderung terdorong untuk membeli (Fauziah Nur Rosyda, 2023).

Selain harga, kualitas produk juga menjadi pertimbangan penting. Meskipun merupakan barang bekas pakai, konsumen tetap mengharapkan produk dengan performa yang baik, kondisi fisik yang layak, serta daya tahan penggunaan. Produk yang berkualitas mampu memberikan nilai lebih dan meminimalkan resiko kerugian (Jayen Fredy, Kadir Abdul, Amrulloh Rifqi, 2022). Kualitas berkaitan dengan performta, keandalan dan daya tahan produk untuk memnuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan faktor yang mempengaruhi berikutnya adalah lokasi, terutama dari aspek kemudahan akses, visibilitas toko dan kenyamanan lingkungan. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan minat beli karna mempengaruhi konsumen dalam mengakses produk dan layanan (Abriansyah & Herry, 2020), indikator lokasi yang sering dipertimbangkan konsumen meliputi aksesibilitas, visibilitas, fasilitas parkir dan lingkungan sekitar toko.

Keputusan beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Namun mayoritas studi tersebut berfokus pada produk baru atau hanya meneliti satu atau dua variabel saja. Penelitian dari (Amelia Riska, Hartini Titi, 2024), misalnya, meneliti pengaruh harga, kuitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian perumahan, tetapi bukan ada konteks laptop *second*. Oleh karena itu, masih terdapat research gap dalam enelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian laptop *second*, khususnya di wilayah Kediri.

Hasil berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian ilmiah yang masih terbatas, dengan menganalisis secara simultan dan parsial pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian laptop *second* di TJA Tech Kediri. Diharapkan hasil peneliian ini dapat memberikan wawasan baru mengenai perilaku

konsumen terhadap produk bekas, serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Harga terhadap keputusan pembelian laptop *second* di TJA Tech Kediri Secara parsial
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop *second* di TJA Tech Kediri Secara parsial
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Lokasi terhadap keputusan pembelian laptop *second* di TJA Tech Kediri Secara parsial
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian laptop *second* di TJA Tech Kediri Secara simultan

DAFTAR PUSTAKA

- Abriansyah, & Herry, N. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima Abriansyah,. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 115–123.
- Aditya Bima, Sumantri Agus Bambang, Y. P. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ FAMELIZA BARON NGANJUK*.
- Alim, A. (n.d.). *Permintaan Laptop di Indonesia Capai Tiga Juta Unit Pertama*.
<https://www.rmolsumsel.id/permintaan-laptop-di-indonesia-capai-tiga-juta-unit-pertahun>
- Amelia Riska, Hartini Titi, D. L. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Perumahan Griya Barangan Indah Palembang*.
- Banjarnahor, I., Waloejo, H. D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Kota Semarang. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 437–446.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab%0A>
- Baraka. (2022). *Definisi Kualitas menurut para ahli*.
<https://baraka.uma.ac.id/kualitas-merupakan-menurut-pakar/>
- Eka, A. (2023). *7 Keuntungan Membeli Laptop Bekas daripada Baru, Patut Dipertimbangkan*. <https://www.idntimes.com/tech/gadget/eka-amira-yasien/keuntungan-membeli-laptop-bekas>
- Fauziah Nur Rosyda. (2023). *Pengertian Harga: Fungsi, Jenis, Tujuan, dan Contohnya*. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-harga/?srsltid=AfmBOooFtyC2TNqDOQzBE7OWsAEeGVMr4BUhraoLt7W70uJNKKMCrKNy>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Indonesia Acer. (n.d.). *Acer Indonesia Optimistis Penjualan Laptop Meningkat, Ini Strateginya*. <https://industri.kontan.co.id/news/acer-indonesia-optimistis->

penjualan-laptop-meningkat-ini-strateginya

- Jayen Fredy, Kadir Abdul, Amrulloh Rifqi, H. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin*.
<https://doi.org/10.36049/japk.v13i1.87>
- Joseph F. Hair G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, M. S. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publisher.
- Nursalam, & Fallis, A. . (2013). Pengertian Kualitas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- powerpack. (2022). *Inilah Faktor-faktor yang dapat Mempengaruhi Kualitas Produk*. <https://www.powerpack.co.id/blog/inilah-faktor-faktor-yang-dapat-mempengaruhi-kualitas-produk>
- Prasetyo, A. I., & Santoso, B. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Kala Seduh. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–17.
- Rodríguez, Velastequí, M. (2019). No
 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における
 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 1–23.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De’lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Seraficha, G. (2023). *Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli>
- Sugito Sugito. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xpander (PT. Sardana Indah Berlian Motor). *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 52–60.
<https://doi.org/10.56444/psgj.v4i1.769>
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (ke-19). ALFABETA.