

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO ( STUDI  
KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN )**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH**

**WISNU MARANDA**

**20612010020**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO ( STUDI  
KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN )**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas  
Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH**

**WISNU MARANDA  
20612010020**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

**2024**

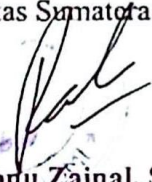
## PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan

Hari : Kamis

Tanggal : 08 Agustus 2024

Pj. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Sumatera Selatan,

  
Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D  
NIDN.0015097701

## ABSTRAK

Lenovo memperoleh ranking ke 2 setelah laptop merek Appel, ranking tersebut diperoleh dari hasil penjumlahan poin *reviews, rech support, design, keybord/touchpad, display* dan *audio, innovation, value* dan *selection, software*. Merek Lenovo mendapatkan tempat yang cukup baik dimata konsumen karena Lenovo memiliki spesifikasi lengkap, desain yang bagus serta harga yang relatife terjangkau. Data lain juga menyebutkan, Lenovo menempati sebagai produsen PC terbesar kedua di dunia, hal ini berdasarkan data Tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan analisis deskriptif kuantitatif dengan penelitian *explanatory research*. *Explanatory research* menjelaskan hubungan antara variabel X1 (Kualitas Produk) terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian) dan juga penelitian ini bersifat kausalitas, desain penelitian kausalitas merupakan jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel-variabelnya (Sugiyono, 2016). Uji Validasi variabel Kualitas Produk dan variabel Keputusan Pembelian pada critical value untuk sampel pada taraf signifikan 5% adalah 0.196 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel Kualitas Produk dan variabel Keputusan Pembelian adalah valid, karena nilai r hitung > r tabel. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Kualitas produk berdasarkan uji t dengan demikian H1 ditolak. kesimpulannya: ada pengaruh signifikan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Lenovo received a ranking of 2 after the Apple brand laptop, the ranking was obtained from the results of the summation of points reviews, tech support, design, keyboard/touchpad, display and audio, innovation, value and selection, software. The Lenovo brand gets a pretty good place in the eyes of consumers because Lenovo has complete specifications, good design and relatively affordable prices. Other data also states, Lenovo is the second largest PC manufacturer in the world, this is based on 2016 data. This research will use quantitative methods. The type of approach that researchers use is a quantitative descriptive analysis approach with explanatory research. Explanatory research explains the relationship between variable X1 (product quality) and variable Y (purchase decision) and also this research is causal, causal research design is a type of research that is prepared to examine the possibility of a causal relationship between variables so that researchers can state the classification of variables (Sugiyono, 2016). The validation test of the product quality variable and the purchase decision variable at the critical value for the sample at the significant level of 5% is 0.196, which indicates that all question items for the product quality variable and the purchase decision variable are valid because the value of  $r_{count} > r_{table}$ . From the results of this study, the significance value of product quality based on the t-test was obtained, so  $H_1$  was rejected. the conclusion: there is a significant influence on the effect of product quality on purchasing decisions for Lenovo laptops.*

**Keywords:** *Product Quality, Purchase Decision*