

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK LAPTOP ASUS (Survei Mahasiswa  
Universitas Negeri Jakarta)**

KARLINA PRAMESTI AMBARSARI

8223163447



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION ON PURCHASE  
DECISION OF ASUS LAPTOP. (Survey on Student of Universitas  
Negeri Jakarta.)***

KARLINA PRAMESTI AMBARSARI

8223163447



***The Research Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate  
Expert Getting By Faculty of Economics,  
Universitas Negeri Jakarta.***

***DIII MARKETING MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

***2019***

## **ABSTRAK**

**Karlina Pramesti Ambarsari, 2019; Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Asus. (Survei Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui : 1) Mengetahui deskripsi mengenai persepsi harga laptop Asus. 2) Mengetahui deskripsi mengenai keputusan pembelian laptop Asus. 3) Untuk mengetahui apakah persepsi harga terhadap keputusan pembelian laptop Asus. Metode pengumpulan data menggunakan survei kuesioner. Sampel yang diambil sebanyak 147 responden. Subjek penelitian adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang sudah pernah membeli laptop Asus. Metode analisisnya menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Menggunakan software SPSS versi 21 untuk mengolah data. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel keputusan pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,607 atau 60,7% sedangkan sisanya 0.393 atau 39,3 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, Laptop Asus.

## **ABSTRACT**

**Karlina Pramesti Ambarsari, 2019; *The Influence of Price Perception on Purchase Decision of Asus Laptop. (Survey on Student of Jakarta State University). Research Paper, DIII Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.***

*This research paper are as follow to find out: 1) Know the description of the price perception of Asus laptops 2) Know the description of the purchase decision of Asus laptops 3) To find out whether the price perception of the purchase decision of Asus laptops. Methods of data collection using questionnaire surveys. The sample used was 147 respondents. The research subjects were students from the Jakarta State University who had bought an Asus laptop. The analytical method uses descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. Using SPSS version 21 software to process data. The result from this research showed that the price perception variable influence the purchasing decision. The result of the coefficient of determination ( $r^2$ ) of 0.607 or 60.7% while the remaining 0.393 or 39.3% is influenced by other variables.*

**Keywords:** *Price Perception, Purchasing Decision, Asus Laptop.*

## LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama

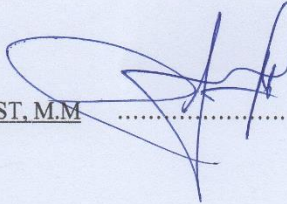
Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M

NIP. 197404162006041001



20 Agustus 2019

Penguji Ahli

Shandy Aditya BIB, MPBS

NIP. 198404082019031003

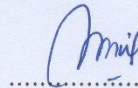


21 Agustus 2019

Dosen Pembimbing

Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 195702211985032002



20 Agustus 2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Karlina Pramesti Ambarsari

No. Reg. 8223163447

## KATA PENGANTAR

Puji syukur praktikan panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya praktikan dapat menyelesaikan karya ilmiah tepat pada waktunya dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya.

Terima kasih kepada orang tua peneliti, yang karena atas doa serta dukungannya praktikan bisa menyelesaikan karya ilmiah dengan tepat waktu.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak–pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan penelitian ini khususnya kepada:

1. Dra. Umi Mardiyati, M.Si. selaku dosen pembimbing karya ilmiah yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan penelitian ini.
2. Prof Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah, M.M. Selaku koordinator program studi D3 Manajemen Pemasaran.
4. Dosen program studi D3 Manajemen Pemasaran.
5. Rekan–rekan mahasiswa khususnya D3 Manajemen Pemasaran yang sudah berkenan membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti merasa masih banyak kekurangan Untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi penyempurnaan pembuatan Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 26 Mei 2019

Peneliti