

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK
LAPTOP ASUS**

(Survei Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dan Bisnis Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

Mohammad Haikal Ghayyats

NIM : 20210510450

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK,
DAN PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI
LAPTOP ASUS**

(Survei pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

MOHAMMAD HAIKAL GHAYYATS
NIM. 20210510450

DISETUJUI OLEH:

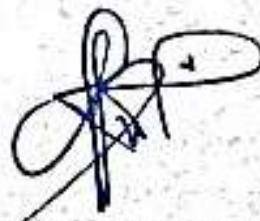
Kuningan, November 2025

Pembimbing I,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

Pembimbing II,



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Mengetahui

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sv.
NIK. 41038091296

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI LAPTOP
ASUS

(Survey Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

MOHAMMAD HAIKAL GHAYYATS
NIM. 20210510450

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Oktober 2025

Pembimbing I



Welv Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

Pembimbing II



Wachjuni, S.E., M.M
NIK. 410106710221

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy.
NIK. 41038091296

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Haikal Ghayyats

NIM : 20210510450

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI LAPTOP ASUS** beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Kuningan, 03 Oktober 2025

Yang Menyatakan



**MOHAMMAD HAIKAL
GHAYYATS**

NIM. 20210510450

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*“In the end, I’m gonna be alright
But it might take a hundred sleepless nights”*

- Paul Jason Klein-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmannirrohim.... Dengan mengucapkan rasa syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta.

ABSTRAK

MOHAMMAD HAIKAL GHAYYATS. 20210510450. 2025 “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK LAPTOP ASUS” Pembimbing I Wely Hadi Gunawan, S.E.,M.M. Pembimbing II Wachjuni, SE.,M.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penelitian ini membahas penurunan penjualan laptop Asus selama 2022–2024 di beberapa toko di Kabupaten Kuningan, seperti Rizal Komputer, ISP Computer, dan Zigma Komputer. Tujuannya menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek, dan pengalaman konsumen terhadap minat beli laptop Asus. Sampel terdiri dari 150 mahasiswa, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan SPSS 26. Hasil hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (2) Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. (3) Pengalaman Konsumen berpengaruh positif terhadap Minat Beli. (4) Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Konsumen secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Beli. Penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas produk, penguatan kepercayaan merek, serta optimalisasi pengalaman konsumen sebagai strategi untuk meningkatkan minat beli.

Kata Kunci :Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Pengalaman Konsumen, Minat Beli.

ABSTRACT

MOHAMMAD HAIKAL GHAYYATS. 20210510450. 2025. “The Influence of Product Quality, Brand Trust, and Consumer Experience on Purchase Intention of Asus Laptop Products.” Supervisors: Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M. and Wachjuni, S.E., M.M. Study Program of Management, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

This study investigated the drop in Asus laptop sales from 2022 to 2024 in several computer stores in Kuningan Regency, namely Rizal Komputer, ISP Computer, and Zigma Komputer. The objective was to examine the effects of product quality, brand trust, and consumer experience on purchase intention toward Asus laptops. A total of 150 university students participated as respondents, with data collected through an online questionnaire and analyzed using SPSS 26. The results revealed that product quality had a positive and significant effect on purchase intention, brand trust had a positive and significant effect on purchase intention, and consumer experience had a positive effect on purchase intention. Furthermore, product quality, brand trust, and consumer experience collectively demonstrated a positive influence on purchase intention. These findings highlight the importance of enhancing product quality, strengthening brand trust, and optimizing consumer experience as strategic efforts to increase consumer purchase intention.

Keywords : *Product Quality, Brand Trust, Consumer Experience, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, tak lupa shalawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasulullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli Laptop ASUS"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan berpikir peneliti serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Namun penelliti berharap proposal penelitian ini akan bermanfaat dan akan memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dalam penyelesaian proposal penelitian ini, peneliti banyak memperoleh bimbingan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kuningan, Maret 2025

Penulis,

Mohammad Haikal Ghayyats
NIM. 20210510450

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan. Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Toto Bustomi dan Ibu Elin Karlina, terima kasih selalu memberikan doa, dukungan moral maupun materiil dan kasih sayang yang tiada henti untuk penulis selama ini. Serta ucapan terima kasih ini takan pernah cukup betapa berharganya cinta, dukungan, pengorbanan dan kepercayaan yang kalian berikan selama perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi.
2. Wely Hadi Gunawan, S.E.,M.M. Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Wachjuni, SE.,M.M. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan
5. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen.
7. Neng Evi Kartika, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
8. Seluruh Staff Prodi Manajemen Universitas Kuningan.
9. Seluruh Keluarga Besar Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan
10. Adik tersayang Attaya Hasna Butsainah, penulis ucapkan terima kasih atas semua bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa sampai pada titik sekarang.
11. Untuk sahabat - sahabat saya sedari SMA, Aziz Rizal Pratama, Bimo Aulia Illahi Ramadhan, Muhammad Iksha Nur Hidayat, Naufal Nur Fadhillah

Karim dan Nauval Dwi Rivalfakhri terimakasih penulis ucapkan yang telah kebersamaian penulis dari sejak duduk dibangku SMA sampai sekarang masih sering bertukar cerita

12. Untuk keluarga besar kelas Manajemen L tahun angkatan 2021 terima kasih telah kebersamaian, banyak cerita suka dan duka selama kurang lebih 4 tahun di Universitas Kuningan. Doa terbaik untuk kalian.
13. Tak lupa saya ucapkan terimakasih untuk diri sendiri, yang mampu bertahan dan berusaha keras sampai bisa di titik ini.
14. Serta bagi pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga telah memberikan bantuan yang berarti, penulis ucapkan banyak terima kasih

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTITAS

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian..... 11

1.4 Manfaat Penelitian 11

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 13

2.1 Landasan Teori 13

2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran 13

2.1.2 Kualitas Produk..... 14

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk 14

2.1.3. Kepercayaan Merek 17

2.1.4. Pengalaman Konsumen..... 20

2.1.5. Minat Pembelian..... 23

2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Pembelian	27
2.3.2. Hubungan Kepercayaan Merek Dengan Minat Pembelian.....	27
2.3.3. Hubungan Pengalaman Konsumen Dengan Minat Pembelian	28
2.3.4. Hubungan Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Pembelian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Metode Penelitian yang Digunakan.....	31
3.2. Operasional Variabel	32
3.3. Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1. Populasi.....	33
3.3.2 Sampel	33
3.4. Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1. Jenis Data.....	34
3.4.2. Sumber Data	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6. Uji Instrumen.....	36
3.6.1. Uji Validitas	36
3.6.2. Uji Reliabilitas	39
3.7. Teknik Analisa Data.....	40
3.7.1. Analisis Deskriptif	40
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.3. Uji Normalitas.....	42
3.7.4. Uji Multikolineritas.....	42

3.7.5. Uji Heteroskedastisitas	42
3.7.6. Analisis Regresi Berganda	43
3.7.7. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.7.8. Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Hasil Penelitian.....	45
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.2. Gambaran Karakteristik Responden.....	45
4.1.3 Analisis Deskriptif	47
4.1.4. Uji Asumsi Klasik.....	52
4.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.1.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.1.7 Uji Hipotesis	56
4.2. Pembahasan	58
4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli	59
4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	59
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	61
4.2.4. Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data total penjualan laptop tiga tahun terakhir dari ketiga toko di Kabupaten Kuningan.....	4
Tabel 1. 2 Data hasil pra survey menggunakan.....	5
Tabel 1. 3 <i>Research Gap</i> Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	37
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek.....	37
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman Konsumen	38
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	38
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif	48
Tabel 4. 5 Uji Normalitas	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4. 7 Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4. 8 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 9 Uji Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4. 10 Uji F (Simultan)	57
Tabel 4. 11 Uji t (Parsial)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Top Brand Kategori Laptop / Notebook	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 3. 1 Skala Interval.....	36
Gambar 4. 1 Logo ASUS	45
Gambar 4. 2 Daerah Kriteria Variabel (X1).....	49
Gambar 4. 3 Daerah Kriteria Variabel (X2).....	50
Gambar 4. 4 Daerah Kriteria Variabel (X3).....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Pengantar Bimbingan Skripsi
	: Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Kuesioner Penelitian
Lampiran III	: Data Hasil Penelitian
Lampiran IV	: Hasil Olah Data SPSS Versi 26
Lampiran V	: Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
	: Tabel f (taraf signifikansi 0,05)
	: Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup