

## Analisis Kepuasan Pengguna Produk Laptop Asus Dikalangan Mahasiswa

**Mustika Via Baharsah**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Email: [mustikavb@gmail.com](mailto:mustikavb@gmail.com)

**Feoniy Amanda putri**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Email: [feoniyamandap01@gmail.com](mailto:feoniyamandap01@gmail.com)

**Syamsul Hidayat**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl. Raya Serang-Jakarta KM. 3 No. 1B. Kota Serang-Banten

Korespondensi penulis: [feoniyamandap01@gmail.com](mailto:feoniyamandap01@gmail.com)

**Abstract.** *This research aims to determine the effect of price and product quality on consumer loyalty through consumer satisfaction with Asus Laptop products. This research was conducted at Bina Bangsa University, with a sample size of one hundred and eighteen respondents where sampling used a survey method. From the results of the analysis, it was found that price had a positive influence on consumer loyalty. This can be positive because Asus laptops are one of the products most in demand by consumers, especially Asus laptops.*

**Keywords:** *Consumer satisfaction, Asus laptop product quality*

**Abstrak.** Abstrak. Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen produk Laptop Asus. Penelitian ini dilakukan di Universitas Bina Bangsa, dengan jumlah sampel sebanyak seratus delapan belas responden dimana pengambilan sampel menggunakan metode survey. Dari hasil analisis yang diperoleh bahwa harga memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal tersebut dapat menjadi positif karena Laptop Asus merupakan salah satu produk yang paling banyak diminati oleh konsumen, khususnya pada Laptop Asus.

**Kata kunci:** Kepuasan konsumen, kualitas produk laptop Asus

### LATAR BELAKANG

Asus merupakan salah satu vendor pembuat perangkat komputer terbesar di dunia. Perusahaan Taiwan ini memiliki banyak sekali portofolio produk notebook maupun netbook yang telah diluncurkan produk notebook asus terkenal tangguh dengan harga relative terjangkau sehingga banyak kalangan yang rekomendasikan merek ini. Laptop Asus hadir untuk memenuhi kebutuhan pengguna diseluruh negara untuk dipasarkan dengan menawarkan keindahan bentuk, ketangguhan desain, serta spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan untuk pengguna, kabar baik daftar harga laptop asus cenderung lebih murah dibandingkan merek lain meskipun spesifikasi yang di tawarkan setara atau bahkan lebih tinggi. Harga laptop asus yang bermacam-macam jenis dan tipe, semua

Received: Januari 2, 2024; Accepted: Januari 12, 2024; Published: Januari 25, 2024

\*Corresponding author, [feoniyamandap01@gmail.com](mailto:feoniyamandap01@gmail.com)

orang dapat memilih tipe laptop berdasarkan kebutuhan dan budget yang dimilikinya. Ada laptop untuk pelajar, laptop untuk pekerja berat misalnya rendering video dan menjalankan program berat hingga laptop untuk liburan seperti bermain game atau menonton film berkualitas tinggi dan asus menyediakan semuanya tinggal kita memilih mana yang cocok.

Namun, seiring waktu dalam penggunaan baterai laptop menjadi komponen yang paling rawan untuk rusak (daya tahan yang menjadi boros dan lemah). Ada yang dipakai satu setengah jam saja, kemudian mati, ada yang sampai kurang dari 30 menit baterai laptop sudah mati, bahkan ada juga yang parah, sampai baterai laptop tidak tahan sama sekali, dengan kata lain laptop jika mau digunakan harus dihubungkan ke charger dan aliran listrik.

Oleh karena itu, dengan banyaknya manfaat yang diperoleh dari laptop menyebabkan permintaan laptop meningkat dari kalangan mahasiswa. Banyaknya merk laptop yang ada di Indonesia membuat mahasiswa dihadapkan pada berbagai macam pilihan laptop yang saling mengunggulkan harga, kualitas produk, serta desain produk yang menarik konsumen. Laptop merupakan penyempurnaan dengan bentuk dan pembawaan yang lebih fleksibel dari komputer. Jika komputer menyala harus dengan dialiri arus listrik, maka laptop bisa dibawa kemana-mana karena memakai sumber tenaga berupa baterai. Faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen saat akan membeli produk laptop yaitu kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. Thamrin dan Francis(2015:4) menyatakan kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Seiring berkembangnya zaman sangat mudah bagi produsen produk laptop untuk mempromosikan produknya. Promosi juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan, karena promosi dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui media digital dan media cetak. Terdapat rumusan masalah yaitu Bagaimana tingkat perilaku konsumen terhadap produk laptop asus? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumen terhadap produk laptop asus.

## **KAJIAN TEORITIS**

Berdasarkan riset terdahulu memperlihatkan bahwasanya variabel bebas yakni, konsumen laptop dalam menentukan pilihannya masih memiliki persepsi bahwa laptop merek asus masih memiliki kualitas yang rendah di banding laptop merek acer. Promosi yang dilakukan juga masih kurang tepat sasaran serta aspek inovasi produk laptop merek asus juga masih jauh dari harapan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, penelitian kuantitatif ini merupakan kegiatan penelitian yang berorientasi pada hasil yang berupa kesimpulan yang bersifat pasti dan jelas serta pada umumnya dengan pembuktian hipotesis. Penelitian kuantitatif ini bersifat memecah kenyataan menjadi bagian-bagian dan mencari hubungan antar variabel yang terbatas, yang bertujuan untuk mencapai generalisasi guna meminimalkan atau memprediksi (Purwanti,2000).

Penelitian ini berfokus pada variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen, Adapun metode dari penelitian ini dengan menggunakan metode survey yaitu suatu metode pengumpulan data yang menggunakan instrument kuesioner untuk mendapatkan tanggapan dari responden yang menjadikan sampel penelitian. Dalam penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket yang sudah disediakan kepada seluruh responden untuk di isi, kemudian responden mengisi jawaban pertanyaan dalam angket, serta mengumpulkan kembali angket yang telah diisi.

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek, subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bina Bangsa dengan jumlah 384 orang yang menggunakan laptop asus.

Menurut Sugiyono (2016:81), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:65). Untuk menentukan siapa yang akan dijadikan sampel menggunakan purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah di tentukan (Sugiyono, 2017:67). Kriteria sampel penelitian yaitu {1} Mahasiswa Universitas Bina Bangsa, {2} Mahasiswa yang menggunakan laptop asus. Sampel tidak dapat dianalisis jika kurang dari 50 orang, sampel harus berjumlah minimal 100 orang atau lebih. Didapatkan 118 orang melalui penyebaran kuesioner dalam kurun 10 hari.

### **Teknis Analisis Data**

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan IBM SPSS Versi 26 dan CSI (Customer Satisfaction Index) agar mengolah data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, dan bantuan microsoft excel sebagai pengolahan data sebelum pengolahan dilakukan di SPSS dan CSI. Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Yusuf (2014:48) survei merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah besar individu dengan menggunakan kuesioner, interview, atau dengan melalui pos (email) maupun telepon. Instrumen atau alat pengumpulan datanya

berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau responden. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan berkaitan dengan topik penelitian. Responden diminta untuk mengisi setiap butir-butir pernyataan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, uji validitas dan reliabilitas, dan uji CSI.

## Instrumen Penelitian

### Kuesioner Penelitian

#### I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan

#### II. Petunjuk Pengisian

1. Mohon memberi tanda silang (X) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
2. Setelah mengisi kuesioner ini mohon Bapak/Ibu dapat memberikan kembali kepada yang menyerahkan kuesioner.
3. Keterangan Alternatif jawaban:
  - SS : Sangat Setuju (4)
  - S : Setuju (3)
  - TS : Tidak Setuju (2)
  - STS : Sangat Tidak Setuju (1)

#### III. Pertanyaan

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Puas menggunakan produk Laptop ASUS				
2.	Pernah atau sering mengalami gangguan software saat menggunakan produk Laptop ASUS				
3.	Harga produk Laptop Asus lebih murah dibandingkan dengan produk laptop lainnya				
4.	Kualitas dari produk Laptop Asus sudah memadai				
5.	Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna produk Laptop Asus				
6.	Laptop Asus dapat memenuhi kebutuhan akademik				
7.	Laptop Asus lebih unggul dari segi kualitas dibandingkan produk Laptop lainnya				
8.	Kecepatan dan kinerja Laptop Asus membuat puas				
9.	Mempertimbangkan untuk membeli Laptop Asus lagi dimasa depan				

10.	Merekomendasikan kepada teman atau rekan				
-----	--	--	--	--	--

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan konsumen	23.62	7.144	.414	.794
Kepuasan konsumen	23.76	6.815	.327	.807
Kepuasan konsumen	23.67	6.548	.621	.771
Kepuasan konsumen	23.50	6.987	.314	.806
Kepuasan konsumen	23.48	6.867	.465	.788
Kepuasan konsumen	23.93	5.756	.609	.767
Kepuasan konsumen	23.70	5.988	.730	.751
Kepuasan konsumen	23.73	6.319	.489	.785
Kepuasan konsumen	23.62	6.341	.563	.774

R TABEL = 0.1809

H=RH>RT=VALID

Dari output SPSS 26 untuk uji valid data Dengan jumlah sampel sebanyak 118 dengan df sebesar 116 di dapatkan dari  $N-2:118-2=116$ . Didapatkan nilai r tabel seperti di atas dari nilai r untuk uji valid tersebut nilainya lebih besar dari r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

### 2. Uji Reliabilitas

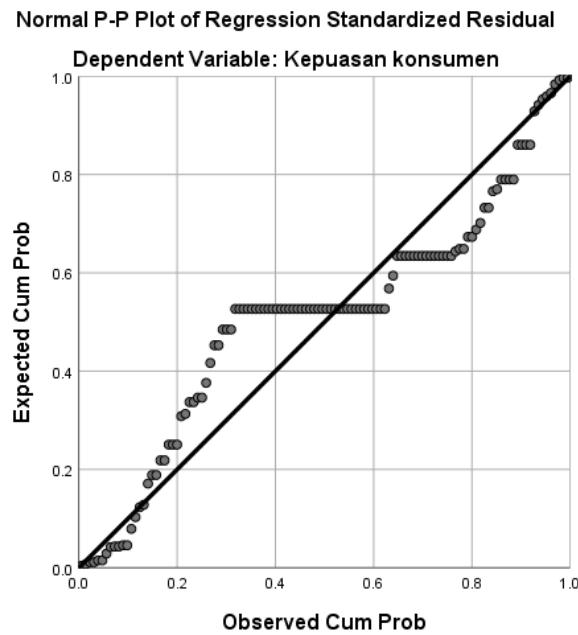
Cronbach's Alpha	N of Items
.803	9

CA>0,6 RELIABEL

Dari output SPSS versi 26 didapatkan rombak Cronbach's alpha (CA) nilai koef.alpha sebesar 0,803 dimana nilai nilai tersebut berdasarkan tabel guilfo berada pada jarak 0,80 sampai 1,00 dengan kategori Reabilitas Sangat Tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan kuesioner atau angket dinyatakan reabel.

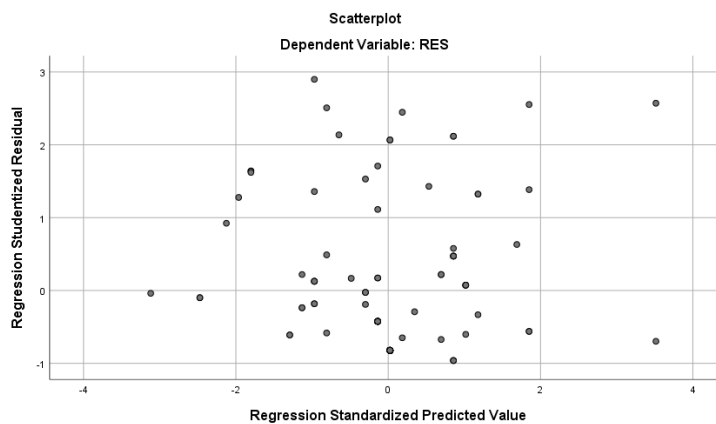
### 3. Uji Asumsi Klasik

a) Pengujian Normalitas Data menggunakan P-Plot



Dari output SPSS versi 26 dengan P-PLOT titik-titik pada P-PLOT mengikuti garis diagonal dari bawah ke atas dan titik-titik juga mendekati garis diagonal dapat diartikan sebaran data dengan melihat P-PLOT menyebar dengan merata.

b) Pengujian Heteroskedastisitas dengan melihat Scatterplot



Dari output SPSS versi 26 pada uji heteroskedastisitas dengan melihat scatterplot, dari hasil output dapat kita lihat titik-titik data tidak membentuk sebuah pola tertentu dan titik-titiknya berada di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan sebaran data tersebut pada uji heteroskedastisitas tidak terjadi gangguan yang artinya model regresi ini sudah baik.

c) Pengujian Multikolonieritas dengan menggunakan uji koefisien

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.044	.933		.047	.963	-1.805	1.892					
	Kepuasan konsumen	.247	.090	.212	2.754	.007	.069	.425	.509	.249	.182	.732	1.365
	Kepuasan konsumen	.659	.089	.573	7.429	.000	.484	.835	.683	.569	.490	.732	1.365

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Dari output SPSS versi 26 untuk uji multikolinearitas, dilihat dari output coefisien didapatkan nilai toleransinya sebesar 0,732 dan nilai VIF sebesar 1,365 dari output tersebut nilai VIF-nya kurang dari 10 dan nilai toleransinya lebih besar dari 0,01 maka dapat disimpulkan dengan tegas bahwa data tersebut tidak terdapat masalah multikolonieritas.

#### 4. Uji CSI (Customer Satisfaction Index)

	MSI	MSS	WF	WS
X1_1	2,814	2,924	0,005	0,016
X1_2	3,008	2,898	0,006	0,017
X1_3	2,864	3,008	0,006	0,017
X1_4	2,958		0,006	
X2_1	3,127		0,006	
X2_2	3,144		0,006	
X2_3	2,695		0,005	
Jumlah	20,611			

WT	0,050	Keterangan
CSI	0,012	Cukup puas

Hasil dari uji CSI kepuasan pengguna produk laptop asus adalah 0,012 pada skala 0,050. Interpretasi dari angka ini adalah bahwa pengguna produk laptop asus secara umum merasa kurang puas dengan produk yang diberikan. Angka 0,012 menunjukkan tingkat kepuasan yang sedang.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei dan melibatkan 118 responden dari Universitas Bina Bangsa. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen terhadap produk laptop asus. Hal ini disebabkan oleh tingginya minat konsumen terhadap produk laptop asus. Selain itu, kualitas produk juga menjadi factor yang di pertimbangkan oleh konsumen saat membeli laptop.

Dalam konteks penggunaan baterai laptop, terdapat masalah yang sering terjadi yaitu daya tahan baterai yang boros dan lemah. Beberapa pengguna melaporkan bahwa baterai laptop mereka tidak tahan lama dan harus terus terhubung ke charger dan sumber listrik.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen masih persepsi bahwa kualitas laptop merek asus rendah dibandingkan dengan merek acer. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh asus juga dinilai kurang tepat sasaran, dan aspek inovasi produk laptop asus juga masih jauh dari harapan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perilaku konsumen terhadap produk laptop asus serta faktor-faktor yang dipertimbangkan saat membeli laptop. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei dan pengumpulan data melalui kuesioner.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa universitas bina bangsa yang menggunakan laptop asus, dengan jumlah populasi sebanyak 384 orang. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 118 orang.

Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 26 dan Uji CSI (Customer Satisfaction Index). Hasil analisis data tersebut menjadi dasar untuk membahas temuan-temuan penelitian.

## **KESIMPULAN**

Laptop Asus hadir untuk memenuhi kebutuhan pengguna diseluruh negara untuk dipasarkan dengan menawarkan keindahan bentuk, ketangguhan desain, serta spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan untuk pengguna, kabar baik daftar harga laptop asus cenderung lebih murah dibandingkan merek lain meskipun spesifikasi yang ditawarkan setara atau bahkan lebih tinggi. Menurut Thamrin dan Francis (2015:4) menyatakan kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Seiring berkembangnya zaman sangat mudah bagi produsen produk laptop untuk mempromosikan produknya. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen terhadap produk laptop asus. Hal ini disebabkan oleh tingginya minat konsumen terhadap produk laptop asus. Selain itu, kualitas produk juga menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen saat membeli laptop.



## **DAFTAR REFERENSI**

- Puspitasari Anggrahini, Chajarmatari F, (2020), Perilaku konsumen dalam membangun kepuasan dan loyalitas pada produk Laptop Asus di Universitas Esa Unggul, Jakarta Barat. Jurnal ICA ekonomi volume 1 No 2.
- Ramono Laras S, Dkk, ( 2023), Pengaruh brand image, brand relationship dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan laptop merek asus, Manado. L.S. Ramono., S.L. Mandey., W.J.F.A. Tumbuan
- Rahmadhini N, Telagawathi, (2023), Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek asus di kota Singaraja, Singaraja. Bisma:Jurnal manajemen, Vol.9 No.2.