

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
MOUSE GAMING MEREK FANTECH**

Oleh:

Nama : Ignatius Jason Koeswara

NIM : 23200261

Karya Akhir

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2024

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
MOUSE GAMING MEREK FANTECH**

Diajukan Oleh:

Nama : Ignatius Jason Koeswara

NIM : 23200261

Jakarta, 19 Maret 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing:

(Rita Eka Setianingsih, SE., M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Ignatius Jason Koeswara/23200261/ Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mouse Gaming Merek Fantech/Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, SE., M.M.

Penggunaan internet berdasarkan perangkat ponsel dan komputer telah memberikan peran yang sangat penting bagi teknologi informasi dalam kehidupan masyarakat saat ini. Perkembangan di bidang teknologi komputer juga telah mendukung pertumbuhan di sektor perlengkapan atau aksesoris yang membutuhkan spesifikasi tinggi untuk menunjang kebutuhan seperti mouse gaming. Fantech, sebagai salah satu merek yang berkembang pesat di industri perlengkapan komputer khususnya mouse gaming, telah menjadi pilihan utama bagi banyak masyarakat di Indonesia. Hal ini mendorong minat peneliti untuk meneliti pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang mouse gaming merek fantech.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian ulang. Variabel independen pada penelitian ini adalah persepsi harga dan kualitas produk, sedangkan untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian ulang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada 140 responden yang telah membeli dan menggunakan mouse gaming merek Fantech.

Pengujian regresi linear membuktikan bahwa variabel Persepsi Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang dengan koefisien masing-masing sebesar 0.221 dan 0.239. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 41,5%.

Kesimpulan dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel Persepsi Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian ulang *mouse gaming* merek Fantech. Saran pada penelitian ini bagi perusahaan fantech yaitu perlu ditingkatkannya lagi durabilitas produk dan penerapan strategi *marketing* untuk meningkatkan minat dan pembelian konsumen, serta penambahan jumlah variabel dan responden untuk memperluas cakupan penelitian bagi peneliti selanjutnya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Ulang

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Ignatius Jason Koeswara / 23200261 / *The Effect of Price Perception and Product Quality on Repurchase Decisions for Fantech Brand Gaming Mouse* / Advisor: Rita Eka Setianingsih, SE, M.M.

The use of the internet based on mobile devices and computers has provided a very important role for information technology in people's lives today. The development in the field of computer technology has also supported the growth in the sector of equipment or accessories that require high specifications to support needs such as gaming mice. Fantech, as one of the fastest growing brands in the computer equipment industry, especially gaming mice, has become the top choice for many people in Indonesia. This encourages researchers' interest in examining the effect of perceived price and product quality on the repurchase decision of the fantech gaming mouse brand.

The theories used in this study are price perceptions, product quality, and repurchase decisions. The independent variables in this study are price perceptions and product quality, while the dependent variable in this study is the repurchase decision.

The research method used in this research is descriptive analysis and multiple regression analysis. Data collection was carried out through questionnaire distribution to 140 respondents who have purchased and used Fantech gaming mouse brand.

Linear regression testing proves that the variables of perceived price and product quality have a positive effect on repurchase decisions with coefficients of 0.221 and 0.239, respectively. The result of the coefficient of determination (R^2) is 41.5%

The conclusion in this study proves that the variables of Price Perception and Product Quality have a significant positive effect on the variable Fantech brand gaming mouse repurchase decision. Suggestions in this study for fantech companies, namely the need to increase product durability and implement marketing strategies to increase consumer interest and purchases, as well as increase the number of variables and respondents to expand the scope of research for future researchers.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Repurchase Decision

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya dalam perjalanan penulis penyusunan karya akhir ini. Dengan berkat dan pertolongan-Nya, penulis berhasil menyelesaikan karya akhir berjudul "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mouse Gaming Merek Fantech". Penulisan karya akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyelesaian tugas karya akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada pihak yang terlibat dalam pembuatan karya akhir khususnya :

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, SE., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan senantiasa membimbing serta memberikan arahan kepada penulis selama proses penyusunan karya akhir.
2. Dr. Abdullah Rakhman, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Keluarga, yang selalu memberikan dukungan dan doa selama penulis menjalani perkuliahan dan penyelesaian karya akhir
4. Seluruh tenaga pengajar dan karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah menyediakan fasilitas dalam mendukung proses perkuliahan dan penulisan karya akhir.



5. Vanessa Caroline, Lisa Maureen, Nataria, Clara Hariyanto, Fayola Florentina serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang saling memberikan dukungan dan bantuan satu sama lain dalam proses penyusunan karya akhir.

6. Semua pihak yang telah memberikan saran, masukan, dan semangat kepada penulis dalam proses pembuatan karya akhir.

Penulis menyadari bahwa pembuatan karya akhir ini memiliki keterbatasan dalam kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, yang mengakibatkan adanya ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna meningkatkan kualitas karya akhir ini. Penulis juga berharap agar karya akhir ini dapat bermanfaat penelitian selanjutnya

Jakarta, April 2024

Ignatius Jason Koeswara



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
JAKARTA 2024	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Batasan Penelitian	8
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teoritis	10
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	28
D. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Objek Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Variabel Penelitian	32
D. Teknik Pengambilan Sampel	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
B. Profil Responden	43
C. Analisis Deskriptif	48
D. Hasil Penelitian	54
E. Pembahasan	57



BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
A. Simpulan	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR LAMPIRAN	64

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	21
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2.....	22
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3.....	23
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4.....	23
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu 5.....	24
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu 6.....	25
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu 7.....	26
Tabel 2.8 Penelitian Terdahulu 8.....	27
Tabel 3.1 Pengukuran Persepsi Harga.....	33
Tabel 3.2 Pengukuran Kualitas Produk.....	33
Tabel 3.3 Pengukuran Keputusan Pembelian Ulang.....	34
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Merek Fantech ...	46
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pembelian Produk Fantech.....	47
Tabel 4.6 Kriteria Pemilihan Sampel.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Persepsi Harga.....	51
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Ulang.....	53
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji F dan Uji Koefisien Determinasi R^2	56
Tabel 4.18 Hasil Uji T.....	56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013 – Januari 2023).....	1
Gambar 1.2 Proporsi Penggunaan Internet Berdasarkan Perangkat Ponsel dan Komputer (Januari 2023)	2
Gambar 1.3 Top Brand for Teens Index 2023 Kategori: IT.....	4
Gambar 1.4 Penghargaan Produk Fantech berdasarkan Techpowerup.....	5
Gambar 1.5 Perbandingan Harga Mouse Gaming Logitech & Fantech	6
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	64
Lampiran 2.....	68
Lampiran 3.....	76
Lampiran 4.....	82
Lampiran 5.....	83
Lampiran 6.....	85
Lampiran 7.....	86
Lampiran 8.....	86
Lampiran 9.....	87
Lampiran 10.....	87

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.