

Turnitin Originality Report

Processed on: 16-Jul-2020 09:34 WIB

ID: 1358052917

Word Count: 3661

Submitted: 1

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS

PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAPTOP LENOVO DI KOTA
BATAM By Vinny Vinny

4% match (student papers from 19-Jun-2019)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-06-19](#)

3% match (student papers from 18-Oct-2017)

[Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2017-10-18](#)

Similarity Index

33%

Similarity by Source

Internet Sources:	21%
Publications:	9%
Student Papers:	32%

3% match (student papers from 19-Jun-2019)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-06-19](#)

2% match (student papers from 19-Jun-2019)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-06-19](#)

1% match (student papers from 05-Dec-2018)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-12-05](#)

1% match (student papers from 19-Jun-2019)

[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-06-19](#)

1% match (Internet from 06-Jul-2020)

<https://docobook.com/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-manajemen-laba.html>

1% match (Internet from 10-Apr-2020)

<https://ocs.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/2020/paper/viewFile/1004/158>

1% match (student papers from 13-Oct-2015)

[Submitted to Udayana University on 2015-10-13](#)

1% match (Internet from 09-Jul-2020)

<http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/index>

1% match (Internet from 03-Oct-2019)

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/892/1/A.%20Winda%20Noviyasari.pdf>

< 1% match (student papers from 25-Jan-2018)

[Submitted to Universitas Negeri Jakarta on 2018-01-25](#)

< 1% match (student papers from 10-Feb-2017)
[Submitted to STIE Perbanas Surabaya on 2017-02-10](#)

< 1% match ()
<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/14609/>

< 1% match (Internet from 06-Aug-2019)
<https://www.scribd.com/document/51146559/SKRIPSI-dwd>

< 1% match (student papers from 01-Dec-2018)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-12-01](#)

< 1% match (student papers from 07-Nov-2019)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-11-07](#)

< 1% match (student papers from 07-Nov-2019)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-11-07](#)

< 1% match (student papers from 27-Nov-2018)
[Submitted to Universiti Teknologi Malaysia on 2018-11-27](#)

< 1% match (student papers from 06-Aug-2015)
[Submitted to Udayana University on 2015-08-06](#)

< 1% match (student papers from 16-Feb-2018)
[Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya on 2018-02-16](#)

< 1% match ()
http://digilib.uinsby.ac.id/33399/3/Bayu%20Ramadhan_G74215054.pdf

< 1% match (student papers from 19-Jun-2019)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-06-19](#)

< 1% match (Internet from 05-Feb-2020)
<http://journal.unhas.ac.id/index.php/jbmi/issue/download/762/184>

< 1% match (Internet from 12-Apr-2019)
<https://adoc.tips/pengaruh-risiko-kredit-dan-rasio-kecukupan-modal-terhadap-ti.html>

< 1% match (Internet from 13-Jan-2020)
<https://es.scribd.com/document/333375725/hubungan-konformitas-dan-harga-diri-terhadap-perilaku-kosumtif-remaja-pdf>

< 1% match (student papers from 03-Dec-2018)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-12-03](#)

< 1% match (student papers from 25-Apr-2019)
[Submitted to Skyline High School on 2019-04-25](#)

< 1% match (student papers from 07-Feb-2018)
[Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya on 2018-02-07](#)

< 1% match ()
<https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/manajemendewantara/article/view/44>

< 1% match (Internet from 04-Nov-2018)
<http://digilib.unila.ac.id/26487/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>

< 1% match (
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/2058>

< 1% match (Internet from 14-Jul-2016)
http://www.infodiknas.com/artikel-ekonomi_faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keandalan-pelaporan-keuangan-pemerintah-daerah-kabupaten-kampar.html

< 1% match (Internet from 07-Nov-2019)
<https://id.scribd.com/doc/246815267/3>

< 1% match (student papers from 07-Nov-2019)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-11-07](#)

< 1% match (student papers from 30-Nov-2018)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-11-30](#)

< 1% match (student papers from 26-Nov-2018)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-11-26](#)

< 1% match (student papers from 19-Jun-2017)
[Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2017-06-19](#)

< 1% match (student papers from 18-Mar-2013)
[Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta on 2013-03-18](#)

< 1% match (Internet from 05-May-2020)
<https://www.scribd.com/document/402216994/132214100-full-pdf>

< 1% match (Internet from 23-Feb-2020)
<https://www.scribd.com/document/369034935/SNA-2016-pdf>

< 1% match (Internet from 04-Dec-2018)
<https://es.scribd.com/doc/97843005/Jurnal-Eksis-Vol-IV-Nomor-2-Jun-2009>

< 1% match (publications)
[Jenni Jenni, Lau Yeni, Merissa Merissa, Trisha Wannu, Erlin Erlin, Isna Asdiani Nasution. "Pengaruh TATO, DER dan Current Ratio terhadap ROA pda Perusahaan Property dan Real Estate", Owner, 2019](#)

< 1% match (student papers from 29-Nov-2016)
[Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2016-11-29](#)

< 1% match (student papers from 07-Nov-2019)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2019-11-07](#)

< 1% match (student papers from 15-Sep-2016)
[Submitted to Universitas Muria Kudus on 2016-09-15](#)

< 1% match (student papers from 23-Mar-2015)
[Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-03-23](#)

< 1% match (Internet from 30-Jun-2020)
<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/4415/3/BAB%20II.pdf>

< 1% match (Internet from 17-Mar-2019)
<https://es.scribd.com/document/380731359/542-Article-Text-987-1-10-20170329-2>

< 1% match (Internet from 30-Dec-2018)
<https://downloadjournals.files.wordpress.com/2013/06/043-aksr-04.pdf>

< 1% match (Internet from 25-Mar-2019)
<http://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-9717-BAB1.Image.Marked.pdf>

< 1% match (student papers from 23-Aug-2017)
[Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2017-08-23](#)

< 1% match (student papers from 14-Jul-2018)
[Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2018-07-14](#)

< 1% match (Internet from 27-Jun-2020)
<http://digilib.unila.ac.id/26325/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>

< 1% match (student papers from 23-May-2018)
[Submitted to Universitas Diponegoro on 2018-05-23](#)

< 1% match (student papers from 05-Sep-2016)
[Submitted to Universitas Negeri Jakarta on 2016-09-05](#)

< 1% match (student papers from 15-Sep-2016)
[Submitted to Universitas Muria Kudus on 2016-09-15](#)

< 1% match (student papers from 16-Oct-2019)
[Submitted to Universitas Pamulang on 2019-10-16](#)

< 1% match (student papers from 18-Jul-2017)
[Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2017-07-18](#)

< 1% match (student papers from 20-Jul-2017)
[Submitted to Universitas Negeri Jakarta on 2017-07-20](#)

< 1% match (student papers from 21-Mar-2013)
[Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia on 2013-03-21](#)

< 1% match (student papers from 06-Jun-2020)
[Submitted to The Hong Kong Polytechnic University on 2020-06-06](#)

< 1% match (student papers from 19-Dec-2018)
[Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya on 2018-12-19](#)

< 1% match (student papers from 24-Jun-2014)
[Submitted to iGroup on 2014-06-24](#)

< 1% match (student papers from 05-Jul-2017)
[Submitted to Udayana University on 2017-07-05](#)

< 1% match (publications)
[Risna Nurjanah, Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2018](#)

< 1% match (student papers from 04-Dec-2018)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-12-04](#)

< 1% match (student papers from 04-Dec-2018)
[Submitted to Universitas Putera Batam on 2018-12-04](#)

< 1% match (student papers from 27-Jan-2014)
[Submitted to iGroup on 2014-01-27](#)

ABSTRACT [Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop](#) Lenovo [di Kota Batam](#). [Penelitian kuantitatif](#) digunakan dalam [penelitian ini](#) serta penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mendapatkan data. Data penjualan Laptop Lenovo dari beberapa toko laptop [di Kota Batam](#) tahun 2019 [menjadi populasi dalam penelitian ini](#). [Jumlah sampel](#) dalam [penelitian ini](#) ialah [sebanyak](#) 198 [orang](#). [Maka kuisisioner yang disebar oleh peneliti kepada responden](#) terdapat 198 [responden](#). [Teknik](#) Purposive Sampling [digunakan dalam penelitian ini](#) sebagai [teknik pengumpulan data yang](#) artinya pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dari sekelompok pakar. Data primer dikumpulkan [dari hasil](#) kuisisioner [yang disebar](#). [Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel](#) diferensiasi produk [berpengaruh positif sebesar](#) 0,147 [dan signifikansi](#) $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $4.599 > t_{tabel 1.97720}$ [terhadap variabel keputusan pembelian](#) laptop Lenovo di Kota Batam. [Variabel kualitas](#) produk [berpengaruh positif sebesar](#) 0,693 [dan signifikansi](#) $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $12.287 > t_{tabel 1.97720}$ [terhadap variabel keputusan pembelian laptop](#) Lenovo [di Kota Batam](#). Variabel diferensiasi produk [dan kualitas produk secara](#) bersama-sama [berpengaruh](#) positif dan [signifikan terhadap](#) variabel [keputusan pembelian laptop](#) Lenovo [di Kota Batam](#) dengan signifikansi ialah (Suhardi; Carolin F.C, 2019)(Suhardi; Carolin F.C, 2019)(Suhardi, 2018) $0,000 < 0,05$ dan Fhitung $385.781 > F_{tabel 3.04}$.
Keywords: Diferensiasi Produk, Kualitas Produk, [Keputusan Pembelian](#).
ABSTRACT This research was [conducted to determine the effect of](#) product differentiation [and](#) product [quality on](#) Lenovo laptop [purchasing decisions](#) in Batam City. Quantitative research was [used in this study and the](#) distribution [of](#) questionnaires was conducted [to](#) obtain data. Lenovo Laptop sales data from several laptop shops in Batam City in 2019 became the population in this study. [The number of samples in this](#) study were 198 [people](#). [Then the questionnaire distributed by](#) researchers [to respondents](#) contained 198 respondents. Purposive Sampling technique used in this study as a data collection technique which means sampling based on the consideration of a group of experts. Primary data was collected [from the results of](#) [questionnaires distributed](#). [The results of this study indicate that](#) the product differentiation [variable](#) has [a positive effect of](#) 0.147 and [a significance of](#) $0,000 < 0.05$ and [a value of](#) $4.599 > t_{table 1.97720}$ on the variable of Lenovo laptop purchase decisions in Batam City. Product [quality variable has a](#) [positive effect of](#) 0.693 [and](#) [a significance](#) of $0.000 < 0.05$ and [tcount](#) $12.287 > t_{table 1.97720}$ on the Lenovo laptop purchase decision variable in

Batam City. Variable product differentiation [and product quality](#) together [have a positive and significant effect on](#) Lenovo laptop [purchase decision](#) variables [in](#) Batam [City](#) with significance is (Suhardi; Carolin F.C, 2019) (Suhardi; Carolin F.C, 2019)(Suhardi, 2018) $0,000 < 0,05$ and $F_{count} 385,781 > F_{table} 3.04$. Keywords: Product Differentiation, Product [Quality](#), [Purchasing Decisions](#). **PENDAHULUAN** Pada [era globalisasi saat ini](#), kebutuhan serta keinginan manusia yang tidak terbatas menyebabkan maraknya teknologi yang berkembang untuk memudahkan manusia dalam melakukan sesuatu serta memuaskan semua kebutuhan serta keinginan manusia. Hal ini yang menyebabkan situasi persaingan yang ketat diantara perusahaan terlebih perusahaan yang menghasilkan produk yang mirip atau sama. Mayoritas orang saat ini telah menggunakan laptop untuk melakukan sesuatu. Baik dalam mengerjakan tugas, bermain, berkomunikasi serta menyelesaikan pekerjaan. Dikarenakan banyaknya permintaan untuk produk laptop, banyak perusahaan yang berlomba- lomba melakukan diferensiasi produk untuk menawarkan laptop dengan banyak pilihan serta keunikan. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian dari konsumen agar mereka dapat mengambil keputusan untuk membeli. Karena dengan adanya diferensiasi akan membuat pendatang baru atau pesaing lainnya sulit untuk merebut pelanggan yang telah loyal pada perusahaan yang ada. Diferensiasi produk merupakan suatu kegiatan untuk memodifikasi atau mengubah suatu produk (Soegoto, 2013: 182). Diferensiasi produk pada laptop dapat menyebabkan adanya fungsi-fungsi pada laptop yang tidak dibutuhkan konsumen sehingga harga yang ditawarkan oleh perusahaan bukanlah harga yang diinginkan konsumen. Dalam penelitian ini akan membahas mengenai laptop Lenovo yang telah dikenal dalam kehidupan sehari-hari. Dalam situs berita gizmologi pada tanggal 5 April 2020 (www.gizmologi.id/news/lenovo-indonesia-2019) (April 5, 2020) di beritakan Lenovo berada di posisi kedua pada pasar Indonesia sebesar 25,6%. Serta pertumbuhan pada Laptop Lenovo di Indonesia mencapai 50%. Lenovo telah merilis beberapa seri laptop yang bervariasi sesuai dengan kegunaannya. Seperti Ideapad, Thinkpad, Yoga serta Legion. Adanya diferensiasi produk untuk laptop lenovo, konsumen akan merasa ada yang baru dengan produk yang ditawarkan sehingga merasa tertarik dan melakukan pembelian. Namun selain terdapat berbagai keunikan dan keunggulan dalam laptop yang ditawarkan, terdapat juga resiko yang dipertimbangkan konsumen untuk melakukan keputusan dalam pembelian produk. Selain diferensiasi produk pada laptop, kualitas produk juga berperan dalam keputusan pembelian bagi konsumen. Kualitas produk identik dengan mutu dari [produk tersebut](#). [Kualitas produk](#) merupakan keunikan [dari suatu produk yang](#) memiliki potensi dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang telah ditentukan (Mutiawati, 2019: 7). Jika kualitas produk yang perusahaan tawarkan kepada konsumen semakin tinggi, konsumen akan merasa terdorong untuk mengambil keputusan dalam pembelian pada [produk yang ditawarkan oleh perusahaan](#). Namun jika [kualitas produk yang perusahaan](#) tawarkan jauh dari ekspektasi konsumen, maka konsumen akan mencari produk lainnya dan meninggalkan produk tersebut. Keputusan pembelian konsumen ialah kunci dari perilaku konsumen karena konsumen akan melakukan sebuah tindakan yang berhubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan. Dalam kegiatan pengambilan keputusan untuk pembelian konsumen terdapat tiga proses yang berperan penting yaitu *choise activity*, *intelegence activity*, dan *design activity* (Effendi & Batubata, 2016: 249). Di Kota Batam terdapat beberapa toko yang menjual laptop merek Lenovo. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh peneliti terhadap penjualan Laptop Lenovo dalam tahun 2019 di beberapa toko laptop di Kota Batam terdapat jumlah 389 unit yang terjual selama tahun 2019. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis berminat untuk mengadakan penelitian berjudul ["Pengaruh Diferensiasi Produk Dan](#)

Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo di Kota Batam". Diperoleh rumusan masalah sebagai berikut: 1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam? 2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam? 3. Apakah diferensiasi produk serta kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam?

KAJIAN TEORI Diferensiasi Produk Menurut Soegoto (2013: 182), Diferensiasi Produk merupakan suatu kegiatan yang memerlukan penelitian pada pasar untuk melakukan modifikasi produk dengan mengubah sedikit karakter produk agar produk menjadi menarik. Sehingga pemasar atau perusahaan harus melakukan survei pada pasar sebelum menentukan perubahan yang akan dilakukan pada produknya. Sedangkan menurut Kriyantono (2013: 99), Diferensiasi Produk ialah usaha dari perusahaan untuk menciptakan berbagai variasi atas produknya yang berbeda dengan pesaingnya. Persaingan yang ketat mengakibatkan perusahaan bersaing untuk menawarkan variasi produk yang berbeda serta unik. Diferensiasi produk disebut juga dengan upaya dari perusahaan untuk memenuhi janji kepada konsumen. Adapun indikator diferensiasi produk pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Indrawati, Hutami, & Octavia, 2019), yaitu: 1. Fitur yaitu perusahaan akan menawarkan produknya dengan fitur tambahan atau fungsi tambahan selain dari fungsi utama produk. 2. Performance quality yaitu perusahaan menawarkan kualitas dari produknya dengan perbedaan dari masing masing level produk. 3. Conformance quality yaitu untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen, perusahaan akan meningkatkan tingkat kesesuaian dari produknya dengan konsumen. 4. Daya tahan (Durability) yaitu Ukuran daya tahan pada produk agar bekerja secara baik dalam kondisi apapun. 5. Keandalan (Reliability) yaitu tingkat keandalan produk yang tinggi serta tahan lama. 6. Memperbaiki (Repairability) yaitu Ketika produk mengalami kerusakan dapat dengan mudah dalam memperbaiki. 7. Tampilan (Style) yaitu produk yang tampilannya memiliki perbedaan atau keunikan yang berbeda dari produk lain. 8. Kustomisasi (Customization) yaitu mencocokkan keinginan konsumen dengan produk yang akan ditawarkan. Kualitas Produk Menurut Habibah & Sumiati (2016: 36), kualitas produk ialah keseluruhan dari produk yang memiliki keunggulan dari produk tersebut sesuai dengan keinginan serta harapan dari konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong dalam (Meutia, 2017: 702), menjelaskan bahwa kualitas produk ialah potensi produk dalam memuaskan harapan serta kebutuhannya konsumen. Dapat dinyatakan bahwa kualitas produk ialah keseluruhan dari produk yang memiliki potensi untuk menjalankan fungsi -fungsinya agar dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan dari konsumen. Adapun indikator kualitas produk pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Maghfirah & Lubis, 2018), yaitu: 1. Daya tahan produk: Ketahanan suatu produk saat digunakan sebelum produk tersebut harus dilakukan pergantian. 2. Kesesuaian desain: Desain pada produk sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen. 3. Variasi desain: Produk memiliki berbagai variasi yang dapat menjadi pilihan dari konsumen. 4. Kenyamanan: Saat menggunakan produk, konsumen merasakan kenyamanan yang diberikan oleh produk. Keputusan Pembelian Mengambil keputusan ialah proses yang kognitif menyatukan memori, ide, pemrosesan informasi serta penilaian-penilaian secara evaluatif (Sunnyoto, 2015: 88) dalam (Latifah, Suci, 2020), sedang proses pengambilan keputusan pembelian setiap orang dipengaruhi oleh proses yang diwarnai dengan usia, kepribadian, pendapatan, serta gaya hidup secara pribadi (Siregar, Fahrin, 2020). Menurut Firmansyah (2019: 205), keputusan pembelian ialah sebuah kegiatan dimana seorang individu memecahkan masalah dalam melakukan pemilihan alternatif sebagai sebuah tahapan dalam proses melakukan pembelian. Menurut Kolter (2012: 190),

keputusan pembelian merupakan suatu tahapan dalam sebuah proses dimana konsumen mengambil keputusan saat benar-benar melakukan pembelian. Keputusan pembelian ialah serangkaian proses dimana konsumen melakukan berbagai analisa terhadap kebutuhan serta keinginan sebelum benar-benar melakukan pembelian. Adapun indikator keputusan pembelian pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Christianti & Remiasa, 2018), yaitu sebagai berikut: 1. Keputusan tentang harga/price yaitu konsumen melakukan pertimbangan harga serta manfaat produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan sebelum melakukan pembelian. 2. Keputusan tentang promosi yaitu Dari berbagai pilihan produk, konsumen akan mempertimbangkan promosi yang menarik tentang produk yang dilakukan oleh perusahaan. 3. Keputusan tentang lokasi yaitu Konsumen akan mempertimbangkan lokasi yang dekat dan terjangkau sehingga dapat memberikan kenyamanan pada konsumen disaat membeli produk. 4. Rekomendasi dari orang lain yaitu Konsumen mendapat rekomendasi dari pihak lain tentang produk yang dibutuhkan atau diinginkan, sehingga konsumen akan mempertimbangkan pendapat- pendapat serta informasi yang telah diterima. Penelitian Terdahulu Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang bersangkutan dan relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan sehingga dapat memudahkan penelitian ini, yaitu : 1. (Danawira, 2019), mengemukakan bahwa hasil di penelitian adanya pengaruh simultan signifikan dari diferensiasi produk serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian. 2. (Amalia & Asmara, 2017), mengemukakan bahwa perolehan hasil mempunyai dampak yang simultan dari citra merek, harga, serta kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian. 3. (Heryenzus, 2017) mengemukakan bahwa perolehan hasil mempunyai dampak yang simultan dari harga (Price) dan variabel kualitas produk(Product Quality) terhadap keputusan pembelian(Purchase Decision). Kerangka Pemikiran Diferensiasi Produk (X1) Keputusan Pembelian (Y) Kualitas produk (X2) Gambar 1. Kerangka Pemikiran Kerangka pemikiran yang ada diatas ialah: H1: Diferensiasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. H2: Kualitas Prodk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. H3: Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam METODE PENELITIAN Metode penelitian bersifat kuantitatif digunakan pada penelitian ini. Aplikasi SPSS versi 25 menjadi alat yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah data serta pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Hasil data yang akan digunakan dari pengolahan data akan digunakan teknik analisis linier berganda. Penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui pengaruh dari diferensiasi produk serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini sejumlah 389 yang diambil dari total data penjualan Laptop Lenovo dari beberapa toko laptop di Kota Batam tahun 2019. Dengan perhitungan rumus slovin, dapat diketahui jumlah sampel terdapat 198 responden. Teknik analisis penelitian data pada penelitian ini, ialah: Uji Validitas Pada uji Validitas jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (r hitung > r tabel) disimpulkan pernyataan tersebut signifikan ataupun valid. Namun jika nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel (r hitung < r tabel) maka disimpulkan pernyataan tersebut tidak signifikan atau tidak valid. Uji Reliabilitas Pengujian reliabilitas, jika nilai hasil alpha lebih besar dari 0.60 maka data tersebut dapat dinyatakan bahwa data tersebut reliabel. Pengujian data yang reliabilitas dapat menggunakan cara Conbrach Aplha. Uji Normalitas Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data yang pantas serta data yang terdistribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk uji normalitas (Sujarweni, 2015 : 190). Uji Multikolinearitas Multikolinieritas menggunakan nilai Variance Inflation Factors

(VIF). Jika nilai VIF lebih kecil dari 10(VIF < 10) maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Uji Heteroskedastisitas Mengetahui suatu penelitian terjadinya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat gambar Scatterplot. Analisis Regresi Linear Berganda Analisis Regresi linear berganda ialah penambahan jumlah dari variabel independen yang sebelumnya hanya terdapat satu menjadi dua atau lebih variabel independen. Koefisien Determinasi (R²) Koefisien Determinasi(R²) ialah proporsi variasi pada variabel dependen (Y) yang dijelaskan bersama variabel independen (X). Uji T Untuk menganalisis pengaruh dari variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) dengan parsial. Jika thitung > ttabel serta tingkat signifikannya < dari 5%, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen(X) secara parsial. Uji F Uji F dilakukan untuk menganalisis pengaruh simultan dari variabel independen(X) dengan variabel dependen(Y). HASIL DAN PEMBAHASAN Profil Responden Hasil yang diterima oleh peneliti sebesar 37.9% dan terdapat 123 orang dengan menggunakan kuisioner perempuan yang memiliki persentase kepada 198 responden yang sebesar 62.1%. serta dapat diketahui menggunakan laptop khususnya bahwa terdapat jumlah responden laptop Lenovo dan dikembalikan 198, sebanyak 49 orang yang berusia sesuai dengan responden. Setelah 15-21 tahun atau setara dengan mendapatkan data dari responden, 24.7%, 109 orang yang mempunyai peneliti akan mengolah kembali data usia 21-25 tahun dengan tingkat yang sudah diterima dengan persentase sebesar 55.1%. Sedangkan menggunakan Software SPSS usia 26-30 tahun terdapat sebanyak (Statiscal Package for Social 32 orang atau setara dengan 16.2% Science) versi 25. selanjutnya terdapat sebanyak 8 Dapat diketahui bahwa total orang yang usianya > 30 tahun respondn 198 yang terdiri 75 orang dengan tingkat persentase sebesar laki-laki yang memiliki persentase 4%. Hasil Uji Validitas Tabel 1. Hasil Uji Penelitian Variabel Pernyataan r hitung r tabel Keterangan X1.1.1 0, 729 0.361 X1.1.2 0, 584 0.361 X1.2.1 0, 751 0.361 X1.2.2 0, 788 0.361 X1.3.1 0, 690 0.361 X1.3.2 0, 785 0.361 X1.4.1 0, 577 0.361 Diferensiasi X1.4.2 0, 662 0.361 Produk (X1) X1. 5 .1 0, 715 0.361 X1. 5 .2 0, 719 0.361 X1. 6 .1 0, 641 0.361 X1. 6 .2 0, 613 0.361 X1. 7 .1 0, 656 0.361 X1. 7 .2 0, 697 0.361 X1. 8 .1 0, 741 0.361 X1. 8 .2 0, 695 0.361 X2.1 .1 0, 571 0.361 Valid X2.1 .2 0, 525 0.361 X2.2 .1 0, 753 0.361 Kualitas Produk X2.2.2 0,823 0.361 (X2) X2. 3 .1 0, 842 0.361 X2. 3 .2 0, 821 0.361 X2. 4.1 0, 701 0.361 X2. 4.2 0, 703 0.361 Y.1.1 0,806 0.361 Y.1.2 0,740 0.361 Y.2.1 0,818 0.361 Keputusan Y.2.2 0,834 0.361 Pembelian (Y) Y.3.1 0,706 0.361 Y.3.2 0,747 0.361 Y.4.1 0,847 0.361 Y.4.2 0,816 0.361 (Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2020) Dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwa variabel Diferensiasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2) serta Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid karena nilai r hitungnya lebih tinggi dari r tabel. Hasil Uji Reliabilitas Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas No Variabel Cronbach' sAlpha keterangan 1 Diferensiasi produk (X1) 0, 925 Reliabel 2 Kualitas Produk (X2) 0, 869 Reliabel 3 Keputusan Pembelian (Y) 0, 912 Reliabel Dari tabel 3 nilai Cronbach's Alpha > 0,06 sehingga disimpulkan variabel diferensiasi produk (X1), Hasil Uji Normalitas (Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020) Tabel 4. Hasil Uji Normalitas kualitas produk (X2), serta keputusan pembelian (Y) dapat dinyatakan reliabel. One Sample Kolgomorov-SmirnovTest N Normal Parameters, b Most Extreme Differences Kolgomorov -Smirnov Z Asymp. Sig. (2-tailed) Mean Std. Deviation Absolute Positive Negative Unstandardized Residual 198 0, 0000000 2,46480748 0, 062 0, 044 -0, 062 0,062 0, 063 (Sumber: Hasil Pengolahan Data 25, 2020) Dari hasil uji normalitas pada tabel 4 hasil signifikasi uji normalitas sebesar 0.063, hasil ini lebih besar daripada taraf signifikasi 0.05, Hasil Uji Multikolonieritas sehingga dapat disimpulkan jika uji test normalitas dalam penelitian ini ialah terdistribusi dengan normal. Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas Model 1 (Constant) DiferensiasiProduk Unstandardized

Standardized Coefficients t 0,666 1,206 0,552 0,147 0,032 0,253 4,599 Sig. 0,581 0,000 Collinearity Statistics Tolerance VIF 0,342 2,925 Kualitas Produk 0,693 0,056 0,676 12,287 0,000 0,342 2,925 (Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2020) Dari tabel 5 diketahui nilai VIF pada variabel diferensiasi produk (X1) ialah $2,925 < 10$ serta variabel kualitas produk $2,925 < 10$, dengan nilai tolerance dari kedua variabel sebesar $0,342 > 0,10$ maka dapat Hasil Uji Heteroskedastisitas dinyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas. Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Unstandardized Standardized Coefficients Model B Std. Error Beta t 1 (Constant) Diferensiasi Produk Kualitas Produk 4,209 0,006 0,783 5,374 0,021 0,032 0,271 -1,081 0,037 -0,137 -1,127 Sig. 0,000 0,787 0,261 (Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020) Diamati tabel 6 didapat nilai sig pada variabel diferensiasi produk (X1) $0,787 > 0,05$ jadi tidak terjadi heteroskedastisitas, serta nilai sig pada variabel kualitas produk (X2) $0,261 > 0,05$ jadi digambarkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Unstandardized Coefficients Std. Model B Error Beta t Sig. 1 (Constant) 0,666 1,206 0,552 1 Diferensiasi Produk 0,147 0,032 0,253 4,599 0 Kualitas Produk 0,693 0,056 0,676 12,287 0 (Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2020) Diamati daftar tabel 7 dibuat persamaan regresi berganda yaitu: $Y = 0,666 + 0,147 X_1 + 0,693 X_2$ Keterangan: Y = Keputusan Pembelian X1 = Diferensiasi Produk X2 = Kualitas Produk Persamaan mempunyai variabel berjenis koefisien positif terhadap variabel. Yang artinya diferensiasi produk serta kualitas produk berbanding lurus dengan keputusan pembelian semakin tinggi. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model R Square Adjusted Std. Error 1 0,893a R Square of the Estimate 0,798 0,796 2,477 (Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020) Dari daftar tabel 8 nilai koefisien determinasi R square bernilai 0.798. dapat diartikan bahwa diferensiasi produk serta kualitas produk memiliki keterkaitan terhadap keputusan pembelian sebesar 79,8% serta sebesar 20,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil Uji-t Tabel 9. Hasil Uji-t Model Unstandardized Coefficients Std. B Error Standardized Coefficients Beta T 1 (Constant) 0,666 1,206 0,552 Diferensiasi Produk 0,147 0,032 0,253 4,599 Kualitas Produk 0,693 0,056 0,676 12,287 (Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020) Dari tabel 9 disimpulkan yaitu: 1. Pengujian variabel diferensiasi produk nilai thitung serta ttabel dengan nilai $4,599 > 1,97720$ dengan taraf signifikansinya $0,000 < 0,05$ Yang dapat diartikan bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Sig. 0,581 0,000 0,000 2. Dalam pengujian variabel kualitas produk nilai thitung dan ttabel dengan nilai $12,287 > 1,97720$ dengan taraf signifikansinya $0,000 < 0,05$ Yang dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil Uji-F Tabel 10. Hasil Uji-F Model Sum of Squares Df Mean Square F Sig. 1 Regression Residual Total 4735,534 2 2367,767 385,781 0,000b 1196,829 195 6,138 5932,364 197 (Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25, 2020) Dari tabel 10 dapat diambil simpulan bahwa nilai f sebesar $385,781 > 3,04$ Ftabel serta nilai signifikasni sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dari hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk (X1) serta kualitas produk (X2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pengaruh Diferensiasi produk (X1) Terhadap Keputusan pembelian (Y) Variabel diferensiasi produk berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian dapat diketahui dari nilai thitung serta ttabel dengan nilai $4,599 > 1,97720$ dengan taraf signifikansinya $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diambil simpulan bahwa variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh

terhadap variabel keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. Penelitian ini searah dengan penelitian (Tun Ganyang, 2018) yang menyimpulkan juga bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan pembelian (Y). Variabel Quality product berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai thitung serta ttabel dengan nilai $12.287 > 1.97720$ dengan taraf signifikansinya $0.000 < 0.05$. Sehingga dinyatakan bahwa variabel X2 yaitu kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. Penelitian ini searah dengan penelitian (Ernawati, 2019) yang menyatakan juga bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Hilmawan, 2019) yang menyatakan juga bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh Diferensiasi produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan pembelian (Y). Dalam pengujian ini membuktikan terdapat pengaruh diferensiasi produk serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Variabel diferensiasi produk serta kualitas produk memiliki pengaruh positif serta signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian dapat diketahui berdasarkan nilai f sebesar $385.781 > 3.04$ Ftabel serta nilai signifikasni sebesar $0.000 < 0,05$. Dengan arti variabel diferensiasi produk serta kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. SIMPULAN DAN SARAN Simpulan Dapat disimpulkan dengan hasil penelitian yaitu: 1. Diferensiasi produk (X1) berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. 2. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. 3. Diferensiasi produk serta kualitas produk dengan bersama-sama berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo di Kota Batam. Saran Berikut saran dari hasil penelitian yaitu: 1. Perusahaan harus lebih memperhatikan diferensiasi produk pada laptop Lenovo untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen atas laptop Lenovo. 2. Perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk pada laptop Lenovo untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen atas laptop Lenovo.