

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI  
PADANG DALAM MEMILIH LAPTOP**

**TUGAS AKHIR**

*Untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Jurusan Administrasi Niaga*



Oleh:

**EDO SURYA ROMARIO**

06 076 017

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2010**





No. Alumni Universitas	Edo Surya Romario	No. Alumni Fakultas
------------------------	-------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir : Padang Panjang, 21/10/1988. b) Nama Orang Tua : Bedrinolis dan Suhatri. c) Fakultas : Politeknik. d) Jurusan : Administrasi Niaga. e) No BP : 06 076 017. f) Tanggal Lulus : 10 Februari 2010. g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 2,76 i) Lama Studi 3 Tahun 6 Bulan. j) Alamat Orang Tua : Bunga Tanjung, Kec. Batipuh, Kab. Tanah Datar.

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI PADANG DALAM MEMILIH LAPTOP**

Tugas Akhir D III oleh Edo Surya Romario. Pembimbing I : Alhapen Rusli Candra, SE. MT, M.Com.  
Pembimbing II: Sarmiadi, SE. MM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi mahasiswa Politeknik Negeri Padang dalam memilih produk laptop. Metode penelitian adalah penelitian kepustakaan (*library research*), dan data primer yang berasal dari hasil kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dengan menggunakan program SPSS untuk mengolah data dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 orang responden.

Adapun hasil penelitian setelah dilakukan analisis faktor terhadap 46 variabel yang ditanyakan kepada 100 orang responden adalah, 30 variabel yang terkelompok kedalam 14 faktor yang mempengaruhi mahasiswa Politeknik Negeri Padang dalam memilih laptop, sedangkan 16 variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap mahasiswa Politeknik Negeri Padang dalam memilih laptop. Adapun ke 14 faktor tersebut adalah faktor spesifikasi laptop, faktor kelompok referensi, faktor prosesor dan model, faktor harga dan garansi, faktor pelayanan dan perbaikan resmi, faktor berat dan besar LCD, faktor warna dan merek, faktor modem dan webcam, faktor promosi, faktor kelas social, faktor cara pembayaran, faktor persepsi dan motivasi, faktor keluarga, faktor diskon dan ketersediaan laptop.

Tugas akhir ini telah dipertahankan didepan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 10 Februari 2010.

Abstrak telah disetujui oleh penguji:

Tanda tangan	1.	2.	3.	4.
Nama terang	Sarmiadi, SE. MM	Beny Chandra, SE	Yosi Suryani, SE, M.Si	Emrizal, SE. MM

Mengetahui:  
Ketua Jurusan

Sarmiadi, SE. MM  
Nama



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas dan Universitas Andalas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Universitas/Fakultas	
Nomor alumnus Fakultas	Nama	Tanda tangan
Nomor alumnus Universitas	Nama	Tanda tangan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang masalah

Pada awal abad 21 laptop merupakan barang mewah bagi masyarakat Indonesia dengan harga beli yang sangat mahal. Namun pada saat sekarang ini laptop bukanlah merupakan suatu barang mewah lagi atau kebutuhan skunder karena harga laptop sudah mulai terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Dimana dengan kemajuan zaman menuntut kita untuk menggunakan laptop. Dengan menggunakan laptop siapapun dan dimanapun kita bisa melakukan pekerjaan kita. Akan tetapi sekarang ini kita dihadapkan dengan banyak pilihan laptop yang menawarkan berbagai jenis laptop dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat dan memiliki fitur mulai dari yang standard sampai yang memiliki teknologi yang canggih.

Sekarang ini kebutuhan masyarakat akan kegunaan atau manfaat laptop sangat meningkat, baik masyarakat biasa, dan mahasiswa. Semua itu dibuktikan dengan banyaknya bermunculan berbagai produsen baru baik dalam maupun luar negeri di Indonesia.

Perkembangan pengguna laptop di Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup baik, hal itu bisa dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.1

## Data Pengguna Laptop per Maret 2008

Tabun	Jumlah Penjualan (unit)	Peningkatan
2006	540.000	
2007	700.000	31 %
2008	800.000	12 %

Sumber: Kompas 25 Maret 2008 (<http://www.tekno.kompas.com/>)

Dari data diatas dapat dilihat pertumbuhan penjualan laptop di Indonesia. Pada tahun 2007 terjadi peningkatan penjualan laptop yang sangat signifikan dimana terjadi 31% peningkatan penjualan dari tahun 2006. Sedangkan pada tahun 2008 peningkatan penjualan laptop tidak setinggi tahun 2007, ini mungkin di sebabkan krisis keuangan global yang melanda dunia. Dan pada tahun 2009 peningkatan penjualan diprediksi mencapai 18% ( Kompas 25 Maret 2008 )

Pada saat sekarang setiap produk laptop mempunyai kelebihan-kelebihan masing-masing. Kelebihan-kelebihan tersebut dapat berupa fitur dan yang lainnya. Tanpa kita sadari disini yang diuntungkan adalah konsumen, dimana mereka bisa memilih produk laptop sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan keuangan yang di miliki oleh konsumen tersebut. Sekarang tinggal pada kita sebagai konsumen, produk laptop mana yang akan kita gunakan yang sesuai dengan kebutuhan dan profesi kita.

Dalam memilih produk laptop para konsumen memiliki alasan-alasan tersendiri. Alasan-alasan itu juga tergantung dengan teknologi apa saja yang ada pada laptop

tersebut apakah sesuai dengan kebutuhan konsumen atau tidak. Hal tersebut kemudian dijadikan pertimbangan oleh para konsumen produk laptop mana yang akan menjadi pilihan bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan dan profesi konsumen. Setelah manfaat biasanya konsumen memikirkan berapa harga dari laptop tersebut dan teknologi apa yang ada pada laptop tersebut, biasanya konsumen memilih produk yang memiliki harga yang murah tetapi memiliki teknologi yang canggih. Hal tersebutlah yang menjadi tantangan tersendiri bagi produsen laptop. Mahasiswa merupakan salah satu pengguna laptop yang cukup banyak.

Melihat banyaknya mahasiswa menggunakan laptop dan dengan banyaknya jenis-jenis produk laptop penulis sangat tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai faktor-faktor apa yang menyebabkan mahasiswa tersebut menggunakan produk laptop tersebut.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti produk mana yang banyak digunakan oleh Mahasiswa. Penelitian ini penulis muat dalam bentuk sebuah Tugas Akhir yang penulis beri judul "*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Laptop*".

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang mejadi fokus dalam penulisan tugas akhir ini adalah faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk laptop.

### **1.3 Batasan Masalah**

Karena keterbatasan penulis, maka konsumen yang diteliti adalah mahasiswa, dan sebagai responden yang diteliti adalah mahasiswa tingkat 3 (tiga) Politeknik Universitas Andalas.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Mahasiswa dalam memilih Produk laptop.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Penulis**

Untuk dapat memperluas wawasan penulis dan memperdalam pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih laptop. Penulisan tugas akhir ini merupakan kesempatan untuk menggunakan ilmu yang didapat selama perkuliahan sebagai syarat untuk kelulusan dari D3 Politeknik Universitas Andalas.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Memberikan pandangan kepada perusahaan khususnya bagi perusahaan produsen laptop agar mengetahui faktor apa yang menyebabkan konsumen memilih produknya.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah laptop, terutama mahasiswa Politeknik Universitas Andalas yang dalam penelitian ini Penulis jadikan sebagai responden penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis faktor yang dilakukan maka diperoleh 14 faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih laptop yaitu
  - faktor spesiikasi dari laptop tersebut. faktor spesifikasi ini terdiri dari 4 variabel yaitu kapasitas hard discs, kapasitas memori, daya tahan baterai.
  - Faktor Kelompok referensi terdiri dari 2 variabel yaitu pendapat sanak saudara dan teman kuliah.
  - Faktor prosesor dan model laptop
  - Faktor harga dan garansi
  - Faktor pelayanan dan tempat perbaikan
  - Berat dan besar LCD
  - Faktor warna dan merek

MILIK  
UPT PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS ANDALAS

## Daftar Pustaka

- Alma, buhari, 1998. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Boyd, harper. Clued, larreche, jean. Walker, onville, 2000. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Haryantiningsih, Fitri. 2007. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Belajar Mata Pelajaran Komputer Pada Siswa Kelas XI Proqram Ilmu Sosial SMA Negeri 1 Sukerejo*, Tugas Akhir Program D3 Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang. Dipublikasikan pada <http://digilib.unnes.ac.id>
- Kotler, philip, 1997. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, philip. Amstrong, gary. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlanga
- Kotler, philip, *et.al*. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. ANDI: Yokyakarta
- Kotler, philip. 2006, *Marketing Manajemen*, New Jersey: Prentice-hal.
- Martinela, Rianc. 2007. *Identifikasi Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Membeli Mobil Di Kota Padang*, Tesis Program Magister Manajemen Universitas Andalas. Padang
- Sarmiadi. 2009. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan, Citra Organisasi Terhadap Loyalitas Mahasiswa Politeknik Negeri Padang*, Tesis Program Magister Manajemen Universitas Negeri Padang. Padang.
- Soemartini. 2008. *Principal Component Analisis ( PCA ) Sebagai Salah Satu Metode Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas*, Jurnal pada <http://www.Akademik.unsri.ac.id>
- Wilson, T michael, 1993. *Manajemen armada penjual*. Jakarta: PT. Sebododadi.