

**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen Terhadap  
Laptop Merek Acer Di Kota Payakumbuh**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana  
Pada Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas**



**Diajukan Oleh :**

**YESSY MUHARNIS**

**1510552039**

**Pembimbing :**

**Dr. Susiana, SE., MSi. Ak**


**197203191993032002**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**KAMPUS II PAYAKUMBUH**

**2019**

	No. Alumni Universitas	<b>YESSY MUHARNIS</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/tgl lahir: Pakan Sabtu/3 Juni 1996 b) Nama Orang Tua: Wardi dan Yusnimar c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1510552039 f) Tanggal Lulus: 9 Januari 2019 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,33 i) Lama Studi: 3 tahun 5 bulan j) Alamat Orang Tua: Jorong Pincuran Tinggi Nagari Mungo Kecamatan Luak Kabupaten 50 Kota.		

**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Konsumen Terhadap Laptop Merek Acer di Kota Payakumbuh**

*Scripsi Oleh : YESSY MUHARNIS*

*Pembimbing : Dr. Susiana, SE., M.Si Ak*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen terhadap laptop merek Acer di Kota Payakumbuh. Sampel penelitian ini berjumlah 192 responden, teknik sampel adalah *purposive sampling* dengan jenis penelitian adalah *explanatory research*. Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan *Statistic Program for Social Science (SPSS) Versi 25*. Hasil dari penelitian ini adalah Citra Merek memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Niat Beli Konsumen. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Niat Beli Konsumen. Pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Niat beli. Keterlibatan Produk memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Niat Beli Konsumen. Atribut Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Konsumen. Dan Loyalitas Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Konsumen.

**Kata kunci :** Citra Merek, Kualitas Produk, Pengetahuan Produk, Keterlibatan Produk, Atribut Produk, Loyalitas Merek, Niat Beli Konsumen

Scripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 9 Januari 2019. Abstrak telah disetujui oleh Pembimbing dan Penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama	Dr. Susiana, SE., M.Si, Ak	Erizal N, SE., MM	Agestiyuni, SE., MM
Terang	NIP. 197203191993032002	NIP. 196610181993031001	NIP. 196510291985031001

Mengetahui,

Koordinator  
Kampus II Payakumbuh

Lukman, SE., MSi  
NIP. 196411231993031003

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus:

No. Alumni Fakultas	Nama:	Fakultas/ Universitas Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: