



Analisis Harga Laptop Dikalangan Mahasiswa

Samahwati^{1*}, Siti Rohayu², Syamsul Hidayat²

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa, Banten, Indonesia

JL. Raya Serang – Jakarta, KM. 03 No. 1B, Penancangan,

Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten 42124

Korespondensi penulis: samahwati08@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze students' preferences and perceptions regarding laptop prices as essential tools for academic activities. Laptops are a primary necessity for students to support learning activities such as completing assignments, attending online classes, and conducting research. This research uses a quantitative approach with a survey method involving 197 management students at Bina Bangsa University. Data were collected through a questionnaire covering variables such as price, specifications, brand, and purchasing preferences. The analysis shows that the majority of students prefer laptops priced below IDR 7,000,000, prioritizing specifications that enhance work efficiency, such as storage capacity and processor speed. Brand reputation also significantly influences purchasing decisions, as well-known brands are perceived to be more reliable despite their higher prices. This study concludes that affordability, appropriate specifications, and brand reputation are the main factors influencing students' choices in purchasing laptops. The findings provide insights for manufacturers to design products that align with students' needs and purchasing power.*

Keywords: *Laptop Prices, Students, Analysis, Purchasing Decisions, Preferences.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi dan persepsi mahasiswa terhadap harga laptop sebagai perangkat pendukung kegiatan akademik. Laptop merupakan kebutuhan primer bagi mahasiswa untuk menunjang aktivitas belajar, seperti mengerjakan tugas, mengikuti perkuliahan daring, dan melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 197 mahasiswa dari jurusan manajemen di universitas bina bangsa. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mencakup variabel harga, spesifikasi, merek, dan preferensi pembelian. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memilih laptop dengan harga di bawah Rp7.000.000, dengan prioritas pada spesifikasi yang mendukung efisiensi kerja seperti kapasitas penyimpanan dan kecepatan prosesor. Faktor merek juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana merek-merek terkenal dianggap lebih dapat dipercaya meskipun harganya lebih tinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga yang terjangkau, spesifikasi yang sesuai kebutuhan, dan reputasi merek menjadi faktor utama yang memengaruhi pilihan mahasiswa dalam membeli laptop. Temuan ini memberikan wawasan bagi produsen untuk merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan dan daya beli mahasiswa

Kata Kunci: Harga Laptop, Mahasiswa, Analisis, Keputusan Pembelian, Preferensi.

1. LATAR BELAKANG

Laptop telah menjadi kebutuhan esensial bagi mahasiswa untuk mendukung berbagai aktivitas akademik seperti pembuatan tugas, pembelajaran daring, penelitian, hingga kegiatan non-akademik. Namun, tingginya harga laptop di pasaran sering menjadi kendala bagi mahasiswa dalam memiliki perangkat tersebut. Harga yang mahal ini memaksa mahasiswa untuk mencari solusi yang sesuai dengan anggaran mereka. Menurut Kotler dan Keller (2016), harga merupakan elemen utama dalam keputusan pembelian, di mana konsumen cenderung memperhatikan keseimbangan antara manfaat dan biaya produk yang mereka beli.

Keterbatasan anggaran menjadi tantangan utama bagi mahasiswa dalam membeli laptop. Mayoritas mahasiswa berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah, sehingga mereka harus cermat dalam mengelola keuangan untuk memenuhi kebutuhan lain selain perangkat teknologi. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa keterbatasan anggaran membuat konsumen lebih selektif dalam menentukan pilihan, terutama pada produk-produk dengan harga tinggi seperti laptop. Hal ini menempatkan mahasiswa pada posisi yang sulit, di mana mereka harus memilih antara harga terjangkau dan kualitas produk yang dibutuhkan.

Selain faktor harga, mahasiswa juga harus mempertimbangkan spesifikasi laptop yang sesuai dengan kebutuhan akademik mereka. Misalnya, mahasiswa jurusan desain grafis memerlukan perangkat dengan spesifikasi tinggi untuk mendukung penggunaan perangkat lunak yang kompleks, sedangkan mahasiswa jurusan sosial humaniora mungkin cukup dengan spesifikasi standar. Stanton (2002) menyatakan bahwa konsumen cenderung mencari nilai terbaik dari produk yang mereka beli, yaitu kombinasi antara spesifikasi, kualitas, dan harga. Oleh karena itu, perbandingan spesifikasi dan harga menjadi langkah penting dalam pengambilan keputusan pembelian laptop.

Namun, keragaman merek dan model laptop di pasaran sering kali membingungkan mahasiswa dalam menentukan pilihan terbaik. Setiap merek menawarkan keunggulan spesifik, baik dari segi performa, desain, maupun layanan purna jual. Hal ini membutuhkan analisis yang mendalam untuk mengevaluasi sejauh mana spesifikasi dan harga dari berbagai merek laptop sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, mahasiswa dapat mengambil keputusan yang lebih bijak dalam membeli laptop.

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini penting untuk menganalisis harga laptop di kalangan mahasiswa, dengan fokus pada tiga aspek utama: tingginya harga laptop, keterbatasan anggaran mahasiswa, dan perbandingan spesifikasi serta harga dari berbagai merek laptop. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai perilaku pembelian mahasiswa sekaligus menjadi referensi bagi produsen untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

2. KAJIAN TEORITIS

Analisis harga laptop di kalangan mahasiswa dapat dijelaskan melalui beberapa pendekatan teoritis, seperti teori preferensi konsumen, teori harga dan daya beli, teori perilaku konsumen, teori inovasi teknologi, serta model kepuasan pelanggan. Teori preferensi konsumen menjelaskan bahwa mahasiswa cenderung memilih laptop yang memberikan nilai maksimal sesuai dengan keterbatasan anggaran mereka, dengan mempertimbangkan

spesifikasi teknis, estetika, dan merek. Selanjutnya, teori harga dan daya beli menegaskan bahwa harga menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian, di mana laptop dengan harga lebih terjangkau lebih diminati oleh mahasiswa dengan daya beli terbatas. Dalam teori perilaku konsumen, aspek seperti brand loyalty dan persepsi terhadap kualitas produk juga memengaruhi preferensi mahasiswa, di mana merek terkenal sering dianggap lebih dapat dipercaya meskipun harganya lebih mahal. Selain itu, teori inovasi teknologi menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mempertimbangkan fitur-fitur terbaru seperti kecepatan prosesor, kapasitas penyimpanan, dan daya tahan baterai, dengan kelompok ini sering berada dalam kategori "early adopters" atau "early majority." Terakhir, model kepuasan pelanggan menekankan pentingnya hubungan antara harga, kualitas produk, dan tingkat kepuasan konsumen, di mana mahasiswa akan merasa puas jika laptop yang dibeli sesuai dengan harapan mereka dalam hal kualitas dan fungsi. Kajian teoritis ini memberikan kerangka untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi mahasiswa dalam membeli laptop dan dapat menjadi landasan dalam penelitian lebih lanjut.

3. METODE PENELITIAN

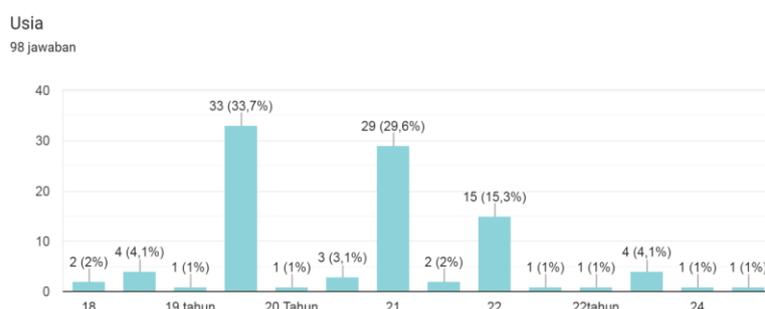
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis persepsi, preferensi, dan faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih laptop berdasarkan harga. Data penelitian dikumpulkan melalui kuisisioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif dari berbagai program studi di Universitas bina bangsa dengan sampel yang diambil menggunakan teknik purposive sampling.

Jumlah populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh mahasiswa perguruan tinggi universitas bina bangsa yang menjadi lokasi penelitian. Karena jumlah populasi ini sangat besar dan beragam, maka kami hanya mengambil populasi pada prodi manajemen dengan jumlah mahasiswa 3411. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

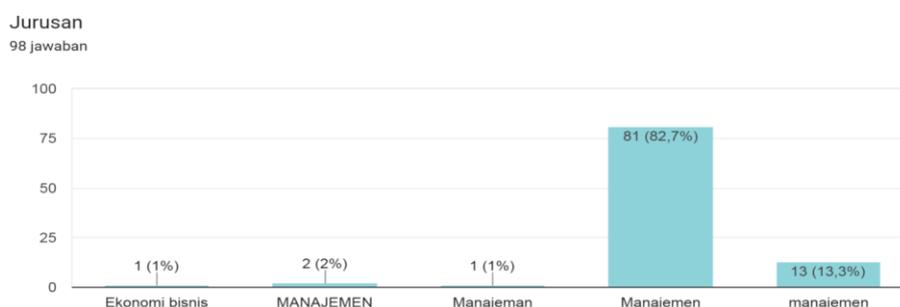
Ukuran sampel dihitung berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% dan memperoleh hasil sampel sebesar 97 Responden. Setelah jumlah sampel ditentukan, kuisisioner disebar secara daring melewati grup WhatsApp dan jaringan pribadi, dengan memastikan keberagaman responden berdasarkan program studi, semester, dan latar belakang sosial-ekonomi. Teknik ini bertujuan untuk memastikan data yang diperoleh mencerminkan kondisi populasi secara representatif.

Kuisisioner penelitian terdiri dari beberapa bagian, yaitu data demografi (nama, usia, jenis kelamin, program studi, dan tingkatan pendidikan), preferensi laptop (merek yang diminati, kisaran harga, dan faktor utama dalam memilih laptop), serta persepsi terhadap harga dan kepuasan konsumen (penilaian keterjangkauan harga dan pengaruh harga dalam keputusan pembelian). Hasil analisis ini diharapkan memberikan gambaran komprehensif tentang preferensi dan persepsi mahasiswa terhadap harga laptop.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



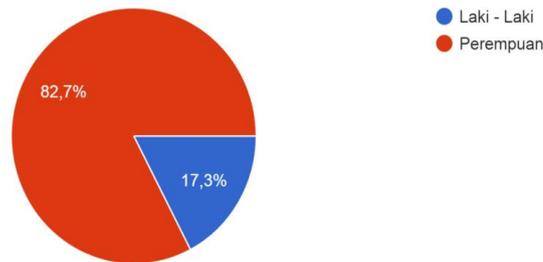
Hasil kuisisioner mengenai usia responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 20-22 tahun. Usia 20 tahun mendominasi dengan persentase tertinggi, yaitu 37%, diikuti oleh usia 21 tahun sebesar 31%, dan usia 22 tahun sebesar 21%. Responden berusia 19 tahun hanya mencakup 5%, sementara responden berusia 18 tahun merupakan kelompok terkecil dengan persentase 2%. Sisanya, sebesar 4%, berasal dari kelompok usia lainnya di luar rentang 18-22 tahun. Data ini mengindikasikan bahwa responden survei didominasi oleh individu yang berada pada masa awal dewasa, kemungkinan besar mahasiswa atau individu dalam kelompok usia produktif muda.



Hasil kuisisioner mengenai "jurusan responden" menunjukkan bahwa hampir seluruh responden berasal dari jurusan Manajemen, dengan persentase sebesar 99%. Sementara itu, hanya 1% responden yang berasal dari jurusan Ekonomi Bisnis. Data ini menunjukkan bahwa

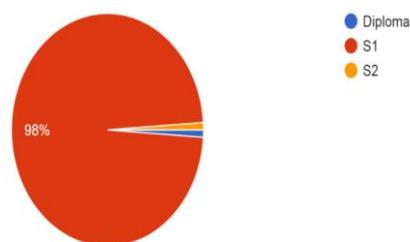
survei atau penelitian ini didominasi oleh mahasiswa dari jurusan Manajemen, sehingga representasi dari jurusan lain, seperti Ekonomi Bisnis, sangat minimal. Hal ini mungkin disebabkan oleh fokus survei yang lebih relevan bagi mahasiswa Manajemen atau jumlah responden dari jurusan Ekonomi Bisnis yang memang sangat terbatas.

Jenis kelamin
98 jawaban



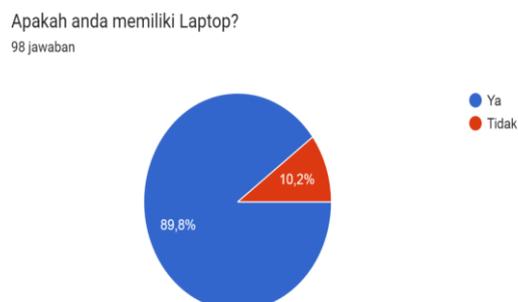
Hasil kuisisioner mengenai "jenis kelamin responden" menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan persentase sebesar 82,7%. Sementara itu, laki-laki hanya mencakup 17,3% dari total responden. Data ini mengindikasikan adanya dominasi partisipasi perempuan dalam survei atau penelitian ini. Hal ini mungkin disebabkan oleh karakteristik populasi target yang lebih banyak terdiri dari perempuan, atau karena perempuan lebih aktif dalam berpartisipasi dalam survei dibandingkan laki-laki. Dominasi perempuan ini dapat memengaruhi perspektif atau hasil dari penelitian, tergantung pada topik yang dibahas.

Tingkatan pendidikan
98 jawaban



Hasil kuisisioner mengenai "tingkatan pendidikan responden" menunjukkan bahwa mayoritas besar responden, yaitu 98%, berada pada tingkat pendidikan S1. Sementara itu, hanya 2% yang berasal dari tingkat pendidikan lainnya, seperti diploma, S2, atau tingkatan lain yang tidak disebutkan secara spesifik. Data ini menunjukkan bahwa survei atau penelitian ini sangat didominasi oleh mahasiswa S1, yang kemungkinan besar menjadi target utama penelitian. Proporsi responden dari tingkatan pendidikan lain sangat kecil, sehingga kontribusi

mereka terhadap hasil keseluruhan relatif minimal. Hal ini mengindikasikan bahwa temuan survei lebih mencerminkan pandangan atau pengalaman mahasiswa S1.

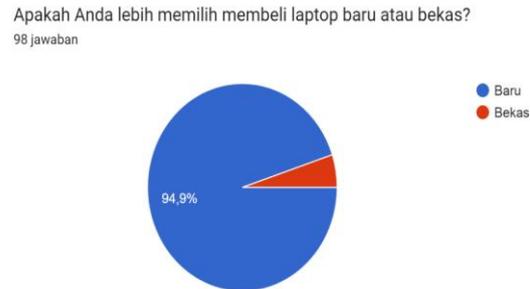


Hasil kuisisioner mengenai kepemilikan laptop menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 89,8%, memiliki laptop. Sementara itu, 10,2% responden menyatakan tidak memiliki laptop. Data ini mengindikasikan bahwa hampir semua responden memiliki akses ke perangkat tersebut, yang kemungkinan besar digunakan untuk keperluan belajar, bekerja, atau aktivitas lainnya yang membutuhkan dukungan teknologi. Persentase kecil responden yang tidak memiliki laptop mungkin menggunakan perangkat alternatif, seperti komputer desktop atau perangkat mobile, atau menghadapi keterbatasan akses teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa laptop merupakan alat yang sangat umum dimiliki oleh responden dalam populasi survei.

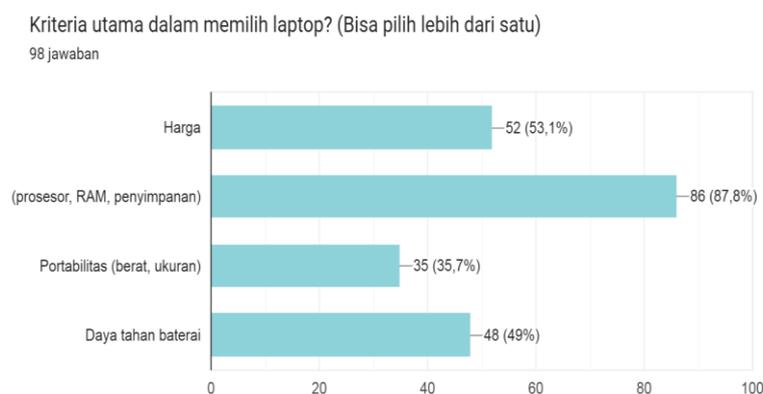


Hasil kuisisioner mengenai kisaran harga laptop yang dimiliki responden menunjukkan variasi dalam kemampuan atau preferensi pembelian. Sebagian besar responden, yaitu 57,1%, memiliki laptop dengan kisaran harga Rp.5 juta hingga Rp.10 juta, yang menunjukkan bahwa kategori ini merupakan pilihan yang paling umum. Laptop dengan harga di bawah Rp.5 juta dimiliki oleh 26,5% responden, mengindikasikan adanya preferensi terhadap perangkat yang lebih terjangkau. Sementara itu, 12,2% responden memiliki laptop dengan harga Rp.10 juta hingga Rp.15 juta, menunjukkan kelompok yang bersedia berinvestasi pada perangkat dengan

spesifikasi lebih tinggi. Hanya sebagian kecil responden, yaitu sisanya, memiliki laptop dengan harga di atas Rp.15 juta, yang mencerminkan kelompok minoritas dengan preferensi atau kebutuhan terhadap perangkat premium. Secara keseluruhan, mayoritas responden memilih laptop di rentang harga menengah, yang mungkin mencerminkan keseimbangan antara anggaran dan kebutuhan performa perangkat.



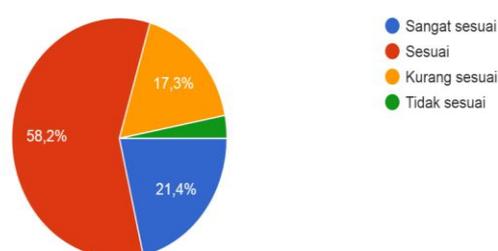
Hasil kuisioner mengenai preferensi harga laptop baru atau bekas menunjukkan bahwa mayoritas besar responden, yaitu 94,9%, lebih memilih untuk membeli laptop baru. Hanya 6,1% responden yang menyatakan preferensi terhadap laptop bekas. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden lebih menghargai keunggulan membeli laptop baru, seperti garansi resmi, performa yang lebih terjamin, dan kondisi fisik yang baik. Sementara itu, responden yang memilih laptop bekas mungkin mempertimbangkan faktor harga yang lebih terjangkau atau kebutuhan spesifik yang dapat dipenuhi oleh perangkat bekas. Preferensi terhadap laptop baru ini menunjukkan bahwa responden cenderung mengutamakan kualitas dan keamanan produk, meskipun harus mengeluarkan biaya lebih besar dibandingkan membeli laptop bekas.



Hasil kuisioner mengenai kriteria utama dalam memilih laptop menunjukkan bahwa responden mempertimbangkan berbagai aspek penting dalam keputusan pembelian mereka. Kriteria yang paling dominan adalah prosesor, RAM, dan penyimpanan, dengan persentase sebesar 87,8%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengutamakan performa dan

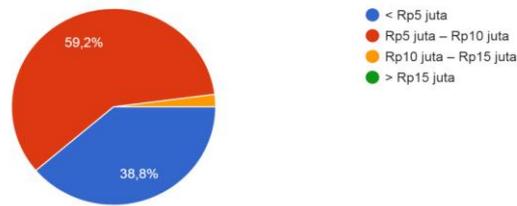
kemampuan laptop dalam menangani tugas sehari-hari. Selain itu, harga menjadi kriteria penting kedua, dipilih oleh 53,1% responden. Ini mengindikasikan bahwa faktor anggaran tetap menjadi pertimbangan utama dalam memilih laptop, meskipun tidak mengalahkan perhatian terhadap spesifikasi teknis. Daya tahan baterai dipertimbangkan oleh 49% responden, menunjukkan pentingnya kemampuan laptop untuk digunakan dalam jangka waktu lama tanpa harus bergantung pada sumber daya listrik. Sementara itu, portabilitas, berat, dan ukuran juga menjadi perhatian bagi 35,7% responden, menandakan bahwa aspek kemudahan untuk dibawa dan digunakan secara fleksibel juga cukup penting, meskipun tidak seutamanya menjadi prioritas utama. Secara keseluruhan, responden lebih memprioritaskan performa teknis (prosesor, RAM, penyimpanan), diikuti oleh harga, lalu daya tahan baterai dan portabilitas. Hal ini mencerminkan kebutuhan utama mereka terhadap laptop yang andal, terjangkau, dan praktis untuk berbagai aktivitas.

Apakah harga laptop saat ini sesuai dengan kebutuhan Anda?
98 jawaban



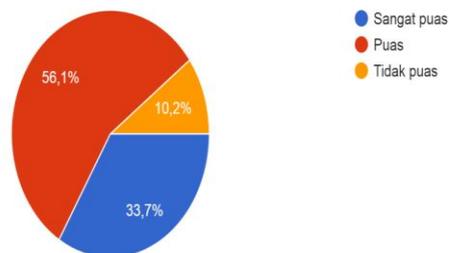
Hasil kuisioner mengenai kesesuaian harga laptop dengan kebutuhan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa harga laptop saat ini cukup memenuhi ekspektasi mereka. Sebanyak 58,2% responden menyatakan bahwa harga laptop sesuai dengan kebutuhan mereka, sementara 21,4% bahkan menganggap harga tersebut sangat sesuai, mengindikasikan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap nilai yang ditawarkan laptop di pasaran. Di sisi lain, 17,3% responden merasa harga laptop kurang sesuai, yang mungkin mencerminkan adanya perbedaan antara anggaran mereka dan harga perangkat yang mereka inginkan. Sisanya, yang merasa harga laptop tidak sesuai, adalah kelompok minoritas, menunjukkan bahwa bagi sebagian kecil responden, harga laptop di pasaran saat ini dianggap tidak sebanding dengan kebutuhan atau harapan mereka. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden cukup puas dengan harga laptop yang tersedia, meskipun masih ada sebagian kecil yang menginginkan opsi harga yang lebih sesuai dengan kebutuhan atau kemampuan mereka.

Kisaran harga ideal laptop untuk mahasiswa?
98 jawaban



Hasil kuisisioner mengenai kisaran harga ideal laptop untuk mahasiswa menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu 59,2%, menganggap rentang harga Rp.5 juta - Rp.10 juta sebagai pilihan yang paling ideal. Hal ini menunjukkan bahwa rentang ini dianggap mampu menawarkan keseimbangan antara harga yang terjangkau dan spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Sebanyak 38,8% responden memilih kisaran harga di bawah Rp.5 juta, mengindikasikan adanya kebutuhan untuk perangkat dengan harga yang lebih terjangkau, kemungkinan besar karena keterbatasan anggaran. Sisanya, yang memilih kisaran harga di luar dua kategori utama tersebut, mungkin mengacu pada perangkat dengan harga lebih tinggi dari Rp.10 juta, mencerminkan preferensi terhadap laptop dengan spesifikasi lebih tinggi atau kebutuhan khusus. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mencari laptop dengan harga yang masuk akal dan spesifikasi yang memadai, dengan fokus utama pada rentang Rp.5 juta - Rp.10 juta sebagai pilihan ideal.

Apakah Anda puas dengan laptop yang dimiliki?
98 jawaban



Hasil kuisisioner mengenai kepuasan responden terhadap laptop yang dimiliki menunjukkan bahwa mayoritas besar responden merasa puas dengan perangkat mereka. Sebanyak 56,1% responden menyatakan puas, sementara 33,7% mengaku sangat puas, yang berarti hampir 90% responden memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap laptop mereka. Hal ini mencerminkan bahwa laptop yang dimiliki umumnya memenuhi kebutuhan dan harapan responden, baik dari segi performa, harga, atau fitur yang ditawarkan. Namun, terdapat 10,2% responden yang menyatakan tidak puas. Kelompok ini mungkin menghadapi masalah

tertentu dengan laptop mereka, seperti performa yang kurang memadai, daya tahan baterai yang rendah, atau spesifikasi yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman positif dengan laptop mereka, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan dalam memenuhi kebutuhan kelompok kecil yang merasa tidak puas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga menjadi faktor utama yang memengaruhi pemilihan laptop di kalangan mahasiswa, diikuti oleh spesifikasi yang sesuai dengan kebutuhan akademik, seperti pengolahan data, penulisan dokumen, dan presentasi. Laptop dengan harga menengah lebih banyak diminati karena menawarkan keseimbangan antara kualitas dan kebutuhan. Selain itu, mahasiswa juga mempertimbangkan aspek lain seperti merek, desain, promosi, serta layanan purna jual dalam pengambilan keputusan. Hal ini mencerminkan pentingnya ketersediaan produk yang terjangkau namun tetap mampu mendukung aktivitas belajar mereka.

Sebagai saran, mahasiswa disarankan untuk mengevaluasi kebutuhan akademik dan anggaran sebelum membeli laptop, serta membandingkan beberapa merek untuk mendapatkan pilihan terbaik. Produsen dan penjual diharapkan menyediakan laptop dengan harga yang kompetitif dan fitur yang relevan, seperti baterai tahan lama, perangkat lunak pendukung, dan layanan garansi. Selain itu, promosi khusus bagi pelajar, seperti diskon atau paket bundling, dapat menjadi daya tarik tersendiri. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih jauh tren kebutuhan teknologi di kalangan mahasiswa, misalnya pengaruh perkembangan teknologi atau perbedaan kebutuhan berdasarkan jurusan studi.

6. DAFTAR REFERENSI

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education. (Terkait perilaku konsumen dan faktor pengambilan keputusan)
- Rahmawati, S., & Kusuma, H. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi preferensi mahasiswa dalam membeli perangkat elektronik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 45–53.
- Sari, D. K., & Putra, A. (2020). Analisis perilaku konsumen terhadap produk teknologi informasi di kalangan generasi Z. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(2), 67–79.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior*. Pearson Education.

Stanton, W. J. (2002). *Fundamentals of marketing*. McGraw-Hill Education.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Utami, A. C., & Nugroho, S. (2021). Pengaruh harga dan kualitas terhadap kepuasan pengguna laptop di kalangan mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 10(1), 23–31.