PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP HP (HEWLETT PACKARD)

ALVIN JUAN PRADANA
8215132701

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017

THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION OF HP (HEWLETT PACKARD) LAPTOP

ALVIN JUAN PRADANA
8215132701

Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of Economics on Faculty of Economics State Univeristy of Jakarta

STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		6 Februari 2018
2. Andrian Haro. S.Si., M.M. NIP. 19850924 201404 1 002	Sekretaris		6 Februari 2018
3. Agung Kresnamurti Rivai S.T., M.M. NIP. 19740416 200604 1 001	Penguji Ahli		6 Februari 2018
4. Dr, Mohamad Rizan. S.E., M.M. NIP. 19720627 200604 1 001	Pembimbing I		6 Februari 2018
5. Dra, Basrah Saidani. M.Si. NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing II		6 Februari 2018

Tanggal Lulus 6 Februari 2018

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe

Building Future Leaders

ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO: IAS/INA/3640

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing 1		Dosen Pembimbing 2	
1. Nama	: Dr. Mohamad Rizan, S.E, M.M	1. Nama	: Dra. Basrah Saidani, M.Si
2. NIP	: 197206272006041001	2. NIP	: 196301191992032001
3. Tanda tangan	:	3. Tanda tangan	:

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Alvin Juan Pradana
2. No. Registrasi : 8215132701
3. Program Studi : S1 Manajemen
4. Judul : Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop HP (Hewlett Packard)

Untuk Mengikuti/~~Tidak mengikuti*~~ Sidang SKRIPSI pada tanggal……..

Mengetahui
Koordinator Prodi S1 Manajemen FE UNJ

Andrian Haro, S.Si, MM
NIP. 19850924 201404 1 002

Jakarta,……..
Mahasiswa Ybs,

Alvin Juan Pradana
No.Reg : 8215132701

Cat :Coret yang tidak perlu*)

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupapencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Februari 2018

Yang membuat pernyataan

Alvin Juan Pradana

No. Reg. 8215132701

ABSTRAK

Alvin Juan Pradana, 2018: Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP (Hewlett Packard)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1)apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian laptop HP, 2)apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian laptop HP, 3)apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian laptop HP melalui citra merek sebagai variabel perantara, 4)apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian laptop HP melalui citra merek sebagai variabel perantara 5)apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian laptop HP. Objek penelitian ini adalah 200 responden yang sudah membeli laptop HP di ITC Mangga Dua Jakarta. Untuk menganalisa dan memposes data, penelitian ini menggunakan LISREL versi 8.8 dan SPSS versi 24. Hasil dari uji hipotesis; 1)harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP, 2)kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP, 3)harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP melalui citra merek sebagai variabel perantara, 4)kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP melalui citra merek sebagai variabel perantara, 5)citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian laptop HP.

Kata Kunci: Harga¸ Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Alvin Juan Pradana, 2018:. The Influence Of Price, Product Quality and Brand Image on Purchase Decision of HP (Hewlett Packard) Laptop

The purpose of this research are to determine; 1)whether price affect purchase decision of HP laptops, 2)whether product quality affect purchase decision of HP laptops, 3)whether price affect purchase decision of HP laptops toward brand image as intervening variable, 4)whether product quality affect purchase decision of HP laptops toward brand image as intervening variable, 5)whether brand image affect purchase decision of HP laptops. In order to collecting data, this research using survey with questionnaire as its instrument. Object of this research is 200 respondents who has already buy HP laptop at ITC Mangga Dua Jakarta. To analyze and process the data, this research use Lisrel Ver. 8.8 and SPSS Ver. 24. Result of hypotesis testing; 1)price have a positive and significant effect to purchase decision, 2)product quality have a positive and significant effect to purchase decision, 3)price have a positive and significant effect to purchase decision toward brand image as intervening variabel, 4)product quality have a positive and significant effect to purchase decision toward brand image as intervening variable, 5)brand image have a positive and significant effect to purchase decision.

Keywords: Price, Prduct Quality, Brand Image, Purchase Decision

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"*Segalanya akan lebih mudah jika dilakukan bersama"*

Sebuah persembahan teruntuk yang tercinta,

Kedua orang tua ku: Yuli Sri Mulyati dan F.D. Afandi, yang telah mengajarkan ku arti kehidupan tentang setiap detik yang harus dilalui dengan kesabaran dan keikhlasan, serta Adik ku: Yuda dan Dinda yang menjadi teman dikala lelah.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP (HEWLETT PACKARD)**. Skripsi ini peneliti buat sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepeda semua pihak yang telah banyak membantu di dalam proses penyususan skripsi sehingga dapat terselesaikan, khususnya kepada :

1. Ibuku Yuli Sri M. dan ayahku F. D. Affandi yang tercinta atas segala pengorbanan, perhatian, kasih sayang, dan doanya selama ini
2. Dr. Mohamad Rizan S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Basrah Saidani M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan membimbing dan memberikan masukkan kepada peneliti
3. Dr. Dedi Purwana E.S, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Andrian Haro, S.Si, MM selaku Sekertaris Penguji dan Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta

5. Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si selaku Ketua Penguji dan Agung Kresnamurti Rivai S.T., M.M. selaku Penguji Ahli yang telah memberikan saran dan masukkan bagi peneliti.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selama ini telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti
7. Teman-teman terbaik yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan, khususnya Dimas Hidayat, Dimas Aryo, Launa Septi, Maesaroh, Gina Mariani, Rahmat dan teman seperjuangan lainnya
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan dalam skripsi ini, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penelitian berikutnya. Peneliti dengan senang hati menerima kritik dan saran demi perbaikan tulisan ini dimasa yang akan datang. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Januari 2018

Peneliti

Daftar Isi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 8

1.3 Pembatasan Masalah 9

1.4 Perumusan Masalah 9

1.5 Kegunaan Penelitian 10

BAB II KAJIAN TEORETIK 11

2.1 Deskripsi Konseptual 11

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan 27

2.3 Matrix Jurnal 44

2.4 Kerangka Teoritik 46

2.5 Kerangka Pemikiran 49

2.6 Hipotesis 50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 51

3.1 Tujuan Penelitian 51

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 51

3.3 Metode Penelitian 52

3.4 Jenis dan Sumber Data 55

3.5 Operasional Variabel 55

3.6 Teknik Analisis Data 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 70

4.1 Deskripsi Unit Analisis 70

4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan 73

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN 105

5.1 Kesimpulan 105

5.2 Implikasi 106

5.3 Saran 109

DAFTAR PUSTAKA 113

KUISIONER 116

LAMPIRAN 119

Daftar Gambar

Gambar I.1 *Kasus Variabel Harga*.....**3**

Gambar I.2 *Kasus Variabel Kualitas Dan Citra Merek*.....**6**

Gambar II.1 *Kerangka Pemikiran*.....**49**

Gambar IV.1 *Model First Construct Harga*.....**89**

Gambar IV.2.1 *Model First Construct Kualitas Produk*.....**90**

Gambar IV.2.2 *Model First Construct Kualitas Produk*.....**91**

Gambar IV.3.1 *Model First Construct Citra Merek*.....**92**

Gambar IV.3.2 *Model First Construct Citra Merek*.....**93**

Gambar IV.4 *Model First Construct Keputusan Pembelian*.....**94**

Gambar IV.5.1 *Full Model SEM*.....**95**

Gambar IV.5.2 *Full Model SEM*.....**96**

Gambar IV.6 *T-values SEM*.....**100**

Daftar Tabel

Tabel I.1 *Penjualan Laptop Tahun 2014-2015*.....**7**

Tabel II.1 *Hasil Penelitian yang Relevan*.....**27**

Tabel II.2 *Matrix Jurnal*.....**45**

Tabel III.1 *Skala Pengukuran*.....**55**

Tabel III.2 *Operasional Variabel*.....**55**

Tabel IV.1 *Karakteristik Responden berdasarkan umur dan jenis kelamin*.....**70**

Tabel IV.2 *Karakteristik Responden berdasarkan dmisili dan pekarjaan*.....**71**

Tabel IV.3 *Deskripsi Variabel Harga*.....**73**

Tabel IV.4 *Deskripsi Variabel Kualitas Produk*.....**75**

Tabel IV.5 *Deskripsi Variabel Citra Merek*.....**77**

Tabel IV.6 *Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian*.....**79**

Tabel IV.7 *KMO Test Harga*.....**82**

Tabel IV.8 *Loading Factor Variabel Harga*.....**82**

Tabel IV.9 *KMO Test Kualitas Produk*.....**83**

Tabel IV.10 *Loading Factor Variabel Kualitas Produk*.....**84**

Tabel IV.11 *KMO Test Citra Merek*.....**85**

Tabel IV.12 *Loading Factor Variabel Citra Merek*.....**86**

Tabel IV.13 *KMO Test Keputusan Pembelian*.....**87**

Tabel IV.14 *Loading Factor Variabel Keputusan Pembelian*.....**87**

Tabel IV.15 *First Order Construct Variabel Harga*.....**89**

Tabel IV.16 *First Order Construct Variabel Kualitas Produk*.....**91**

Tabel IV.17 *First Order Construct Variabel Citra Merek*.....**93**

Tabel IV.18 *First Order Construct Variabel Keputusan Pembelian*.....**94**

Tabel IV.19 *First Construct Variabel Keputusan Pembelian*.....**96**

Tabel IV.20 *Indikator Fit Model*.....**97**

Tabel IV.21 *Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung*.....**99**

Tabel IV.22 *Model Persamaan Structural*.....**100**

Daftar Lampiran

Kuisiner.....**116**

Lampiran 1 *Hasil Output Factor Analysis, Validitas dan Reliabilitas*.....**119**

Lampiran 2 *Hasil Output Goodness Of Fit*.....**122**

Lampiran 3 *Hasil Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung*.....1**27**

Lampiran 4 *Hasil Output Standardized Total Effect*.....1**28**

Biodata Penulis.....**129**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era teknologi seperti saat ini, kebutuhan masyarakat akan *gadget* sebagai suatu alat penunjang kebutuhan dalam hal transfer informasi, komunikasi dan pengolahan data sudah tidak terbendung lagi. Masyarakat di berbagai kalangan sudah merasa bahwa *gadget* telah berada diantara gaya hidup dan kebutuhan agar dapat bersaing di era globalisasi teknologi saat ini.[1]

Keadaan perekonomian masyarakat dunia saat ini pun sudah bergeser ke ekonomi modern seperti toko *online*, ojek *online*, pembelian saham *online* dan masih banyak lagi.[2] Semua hal itu hanya dapat diakses melalui bantuan alat komunikasi modern seperti *Hand Held* ataupun Laptop dan PC, di mana semua itu dikategorikan dalam satu kategori yaitu *gadget*. Namun seiring dengan semakin banyaknya kebutuhan akan *gadget* tersebut, diiringi juga dengan semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi berbagai jenis *gadget* dimana masing-masing perusahaan memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing dalam produknya.

---

[1] Ari Es, *"Gadget, Antara Gaya Hidup dan Kebutuhan"*, Kompasiana, (http://www.kompasiana.com/aribicara/gadget-antara-gaya-hidup-dan-kebutuhan_551765f38133119c689de0f4, diakses 24 Januari 2017)

[2] Muhammad Alfian, *"E-commerce penunjang ekonomi modern",* Muhammad Alfian, (http://www.muhammadalfian-info.id/2016/03/e-commerce-penunjang-ekonomi-modern.html#.WIgY8lwppHc, diakses 25 Januari 2017)

Laptop dan HH (*Hand Held*) menjadi *gadget* yang paling dominan dalam menyokong perekonomian modern. Hal ini disebabkan karena kedua benda tersebut memiliki mobilitas yang tinggi. Penggunanya dapat dengan mudah membawa Laptop ataupun HH ke manapun dia pergi karena *gadget* ini didukung dengan fasilitas baterai dan desain yang tidak besar serta ringan yang memungkinkannya untuk dibawa bepergian.

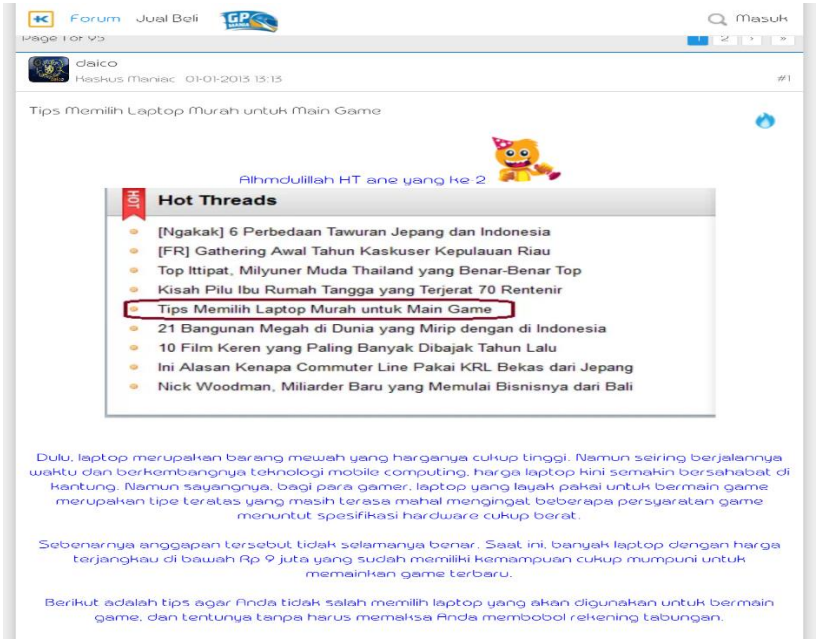
Berfokus pada laptop, saat ini sudah sangat banyak pilihan jenis laptop yang ada di pasaran. Baik itu yang berukuran kecil yang belakangan lebih sering disebut *notebook* maupun berukuran besar yang biasa disebut dengan *netbook*. Pilihan harganya pun beragam mulai dari yang murah yang biasanya bertujuan untuk menyasar pasar *low-end* hingga yang mahal untuk pasar *high-end*. Kualitas yang ditawarkan pun sangat beragam, dimana biasanya kualitas laptop sebanding dengan harganya. Walaupun hal ini tidak selalu terjadi karena tidak jarang laptop dengan kualitas yang mumpuni namun dijual dengan harga murah. Hal ini biasanya terjadi dalam rangka persaingan untuk merebut konsumen yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan.

Dari sekian banyak perusahaan yang memproduksi laptop, ada beberapa yang bisa dikatakan yang terbesar. Produsen-produsen besar itu diantaranya Asus, Acer, Toshiba dan Hewlett Packard (HP).[3] Masing-masing perusahaan memiliki keunggulan tersendiri dalam memproduksi laptop, seperti Asus yang terkenal karena kualitasnya yang baik. Namun HP memiliki keunggulan di sisi harga.

[3] Plimbi Editor, "*Inilah Daftar 5 Perusahaan Komputer Terbesar di Dunia"*, Plimbi, (http://www.plimbi.com/news/65992/perusahaan-komputer, diakses 7 Januari 2016)

Laptop HP menyediakan laptop dengan harga yang terjangkau namun didukung dengan kualitas yang baik.[4] Walaupun ada pula seri dari laptop HP ini yang dibanderol dengan harga tinggi namun diiringi dengan spesifikasi yang jauh lebih baik dari segi komponennya.

Walaupun dengan adanya variasi produk dengan harga yang terjangkau, kualitas produk yang baik dan citra merek yang baik pula produk HP ini memiliki angka penjualan yang lebih rendah dari para pesaingnya di Indonesia. Padahal dalam beberapa kasus nyata faktor tersebut mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu laptop. Seperti dalam kutipan kasus berikut.



Gambar I.1
Kasus pengaruh Harga pada Keputusan Pembelian
Sumber: Kaskus.com

[4] Vira Jaya Computer, "*Harga Notebook*", Viraindo, (http://www.viraindo.com/notebook.html, diakses 7 Januari 2016)

Pemilik akun Kaskus diatas mengutarakan pendapatnya bahwa laptop dengan harga murah dan berkualitas baik masih sulit untuk didapatkan oleh orang-orang dengan dana yang minim. Namun saat ini mulai bermunculan laptop dengan kualitas baik dan cukup dapat diandalkan untuk dalam bermain game dengan harga yang lebih murah. Diharapkan dengan adanya fenomena tersebut dapat mempengaruhi konsumen laptop untuk memutuskan untuk membeli laptop *gaming* dengan harga yang murah. Hal ini ternyata tidak hanya terjadi pada laptop, di lini gadget lain pun terjadi hal demikian. Seperti pada penelitian Karen Lim Lay-Lee dimana dia meneliti faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen smartphone harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi.[5]

[5]Karen Lim Lay-Yee, "Factors Affecting Smartphone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y", Internasional Journal of AESS 2013

RushnGolc 19/04/2012 11:41 PM

Tips Memilih laptop

Halo kawan-kawan, masih newbie, mao posting artikel pertama. Mohon jgn dibatain - Tips dan kritik diterima

Untuk format yang lebih bagus klik disini

TIPS MEMILIH LAPTOP

Tentu saja banyak laptop tersedia di pasaran, tinggal anda mengeluarkan duit saja untuk membelinya. Tidak juga banyak yang bingung dalam hal memilih laptop dikarenakan spesifikasi, model yang kebanyakan berbeda-beda dari yang lain. Tidak sedikit juga yang akhirnya menyesal telah membeli laptop dengan harga yang mahal dan tidak menemukan sesuatu kepuasan terhadap si barang kesayangannya. Bukan hanya itu, banyak juga yang membeli laptop yang mahal dan memiliki banyak fungsi, akan tetapi akhirnya laptop dipakai sehari-hari untuk browsing, word processing dan main minesweeper. Sungguh membuang-buang duit bukan? Berikut tips dasar dalam memilih laptop anda dan jadilah pembeli yang intel.

1. Kebutuhan

Spoiler for "Kebutuhan"

Inilah kategori yang paling penting, ihalilah kebutuhan anda. Telitilah dalam hal ini. Karena kebutuhan anda terhadap kegunaan laptop bakal menentukan faktor spesifikasi dan harga laptop yang akan anda beli. Tidak jarang saya menemui anak anak muda sekarang yang membeli laptop dikarenakan mengikuti jaman atau hanya dikarenakan ingin kelihatan keren dan beken. Dimana pada akhirnya, si laptop tersebut terbengkalai karena dalam satu tahun telah keluar model terbaru dan lebih bagus. Banyak juga yang menyesal telah membeli dengan harga mahal dan kemudian menemukan tawaran yang jauh lebih murah.

Perlu diketahui, perkembangan teknologi sangatlah cepat. Model laptop yang baru makin sering bermunculan dalam waktu satu minggu. Percayakah anda kalau laptop model terbaru anda berkurang nilai jualnya sebesar 10% setelah 1 minggu anda membelinya? Bahkan sewaktu anda membawanya keluar toko, nilai harga barang tersebut telah mulai turun. Hal tersebut kebanyakan disebut depresiasi, akan tetapi bukan hanya itu yang menentukan sebab harga laptop anda turun. Hal tersebut ditambah dengan permintaan pasar. Ingatlah kalau perusahaan perusahaan berusaha menarik konsumen-konsumen yang berada di dalam mangkuk besar yang dimana skala bertambahnya konsumen baru (Mencari produk) sangat rendah dibandingkan skala konsumen yang keluar (telah membeli produk tersebut). Persaingan sangat ketat, beberapa merek laptop terkenal seperti Toshiba (Si tahan panas), Acer, ASUS (Servis terbaik), Fujitsu (Pilihan cawak), Vaio dll. Salah satu cara untuk menarik lebih banyak peminat atau menambah konsumen yang mencari produk laptop adalah dengan mengeluarkan model-model terbaru, model yang menargetkan konsumen tertentu ataupun perang harga, lalu apa yang terjadi dengan model lama? Tentu saja turun harganya.

Untuk mempermudah anda dalam menentukan laptop anda, tentukanlah kebutuhan anda. Berikut saya uraikan tiga dasar kebutuhan orang terhadap kegunaan laptop.
a. Portable for work
Anda perlu membawa kemana mana laptop anda untuk keperluan kerja? Belajar di Universitas? Anda hanya menggunakan word processing software, dengar lagu dan nonton video dengan pixel rendah saja sudah cukup? Anda hanya pakai laptop tersebut browsing internet saja? Maka inilah kebutuhan laptop anda, dimana anda mengutamakan mobilitas, gampang dibawa, gampang disimpan di tas jinjing atau handbag.
b. Designer in action
Anda seorang designer, anda perlu grafik yang bagus untuk menentukan warna hasil design anda. Anda lebih sering memakai laptop untuk menonton film dalam skala Full HD, sesekali memakai word processing, sesekali main game tingkat menengah alias mini games atau game yang tidak memerlukan spesifikasi tinggi. Anda memakai laptop anda untuk bekerja dan juga sebagai hiburan sebentar.
c. Hardcore Gamer
Anda lebih sering memakai laptop anda untuk hiburan, lebih mengutamakan spesifikasi tinggi untuk menjalankan game-game canggih seperti "Crysis 2, Mass Effect 3, Far Cry 2, Battlefield 3 dan lain-lain", Anda sering membawanya kemana kemana untuk bermain bersama teman anda. Menonton film bluray di laptop