

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dalam perkembangan teknologi saat ini banyak masyarakat tidak jauh dari keberadaan laptop dalam kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sangat berperan dalam meningkatkan kehidupan di masyarakat. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat orang sangat mudah untuk mengakses berbagai informasi dari berbagai sumber dengan menggunakan laptop. Laptop sudah menjadi kebutuhan masyarakat saat ini, khususnya bagi kalangan mahasiswa sebagai alat untuk menunjang kegiatan akademis maupun non akademis.

Di Indonesia terdapat beberapa produk laptop yang beredar, diantaranya Asus, Acer, HP, Lenovo, Dell, Toshiba, Appel dan lain lainnya. Tentunya setiap produk laptop mempunyai keunggulan masing-masing, untuk merebut pangsa pasar di Indonesia. Perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk melalui kualitas produk yang memenuhi kebutuhan konsumen, harga yang terjangkau, dan citra merek yang baik, sehingga menciptakan sebuah keputusan pembelian terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

Asus merupakan merek sebuah produk yang dihasilkan oleh perusahaan *Asustek Computer Inc* yang berada di Taiwan. Tidak hanya laptop, *Asustek Computer Inc* juga menghasilkan produk hampir semua kategori teknologi informasi, termasuk diantaranya komponen computer, tablet, *smartphone*, dan teknologi informasi lainnya.

Tabel 1. 1Data Brand Index Laptop Asus 2016-2019

Tahun	Brand Index Asus
2016	24,0%
2017	28,5%
2018	34,34%
2019	27,2%

Sumber : www.topbrandaward.com

Tanggal akses : 30 Oktober 2020

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa laptop Asus dari tahun 2016 sampai dengan 2019 mengalami fluktuasi pada TBI (*Top Brand Index*), yakni 24,0% pada tahun 2016 naik menjadi 28,5% pada tahun 2017, pada tahun 2018 naik menjadi 34,34%, namun pada tahun 2019 mengalami penurunan menjadi 27,2%, menurut IDC kendala pasokan barang menjadi salah satu faktor menurunnya pangsa pasar komputer di Indonesia, baik untuk segmen konsumen maupun komersial, walaupun laptop Asus mengalami fluktuasi, setiap tahunnya laptop Asus tetap menjadi *top brand*.

Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. keputusan pembelian yang artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, keputusan haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan [1]. Pengambilan keputusan adalah suatu pemikiran yang dilakukan setelah mengevaluasi beberapa pilihan [1]. Berdasarkan pengertian diatas keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk, dengan kata lain, agar seseorang membuat keputusan maka harus ada pilihan yang tersedia. Sehingga pada dasarnya terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga dan citra merek.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya [2]. Konsumen dapat mempertimbangkan berbagai aspek kualitas produk seperti daya tahan, spesifikasi, kenyamanan dan komponen lainnya. Sehingga kualitas produk dapat dijadikan indikator dalam konsumen memutuskan pembelianya.

Sebagai pengujian awal, peneliti melakukan prasarvei dengan cara melakukan wawancara kepada beberapa Mahasiswa STIE Mikroskil untuk mengetahui bagaimana gambaran kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus, sehingga diperoleh informasi, bahwa kualitas produk laptop Asus kurang baik, hal ini terlihat dari kinerja/sistem laptop Asus sering kali terjadi hang (*error*) jika terlalu sering digunakan, selain itu laptop

Asus akan lambat berproses jika terlalu banyak menginstal aplikasi, Akibatnya menghambat mahasiswa dalam proses pengerjaan tugas kuliah atau aktivitas lainnya. Laptop Asus juga teralalu cepat mengeluarkan seri-seri terbarunya, sehingga banyak pengguna yang kecewa dan menyesal karena telah membeli seri sebelumnya. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rifqi Sulthan Fahrezzy dan Arlin Ferlina Moch.Trenggana (2018), bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [3]. Namun berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Priskyla Wenda Rumondor, Altje L. Tumbel dan Imelda W. J. Ogi (2017), bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [4].

Selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya [5]. Dalam situasi tertentu konsumen sangatlah sensitif terhadap harga. Sehingga harga yang relatif tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Berikut adalah data perbandingan harga Laptop Asus dengan laptop merek lain.

Tabel 1. 2 Perbandingan harga antara Laptop Asus dengan Laptop merek lain

Spesifikasi	Asus	Acer	Lenovo	HP
A CPU: Intel Celeron VGA: Intel HD Layar: 11,6” dan 14” Ram: 2 GB	Rp3.268.000	Rp3.650.000	Rp3.561.000	Rp2.750.000
B CPU: Intel Celeron VGA: Intel HD Graphics Layar: 11,6” Ram: 4 GB	Rp3.279.000	Rp3.665.000	Rp4.379.000	Rp5.000.000
C CPU: AMD APU A12 VGA: AMD Radeon R5 Layar: 15,6” Ram: 8 GB	Rp7.900.000	Rp7.645.000	-	Rp6.300.000

Sumber : arenalaptop.com
Tanggal akses : 17 Maret 2021

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat dilihat harga laptop asus pada spesifikasi A lebih terjangkau dibandingkan dengan laptop merek Acer dan Lenovo. Pada spesifikasi B Harga laptop Asus lebih terjangkau dibandingkan laptop Acer, Lenovo dan Hp, namun untuk spesifikasi C harga laptop asus lebih mahal dibandingkan dengan laptop merek Acer dan Hp.

Berdasarkan hasil prasarvei terhadap Mahasiswa STIE Mikroski, Harga yang ditawarkan laptop Asus lebih terjangkau jika dibandingkan dengan laptop pesaingnya, tetapi harga yang ditawarkan laptop Asus sesuai dengan *spesifikasi* yang diberikan, semakin tinggi *spesifikasi* laptop maka semakin tinggi juga harga yang ditawarkan. *Spesifikasi* yang dimaksud disini yaitu *processor, Ram, Harddisk*, fitur laptop Asus dan lain-lain. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rifqi Sulthan Fahrezzy dan Arlin Ferlina Moch.Trenggana (2018), bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [3]. Namun berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malonda Deisy, Joyce Lopian dan Yunita Mandagie (2018), bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [6].

Selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Citra merek atau *brand image* merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek [7], karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat. Jadi sekaligus produsen membuat citra merek, citra tersebut akan sukar dihapus dari ingatan para konsumen. Jadi dalam membuat brand image, produsen harus pelan-pelan dan teliti agar brand image yang mereka buat mampu menarik dan membuat konsumen selalu ingat akan merek tersebut [8]. Biel dalam jurnal Xian mengemukakan bahwa ada tiga komponen dari Citra Merek atau *brand image* itu sendiri, yaitu citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk. Citra perusahaan merupakan gambaran perusahaan dimata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan, serta pengalaman konsumen terhadap perusahaan yang bersangkutan. Citra pemakai merupakan sekumpulan karakteristik

dari konsumen yang dihubungkan dengan ciri khas konsumen suatu merek. Sedangkan citra produk merupakan gambaran produk di mata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen terhadap suatu produk yang bersangkutan [7].

Berdasarkan hasil prasarvei terhadap mahasiswa STIE Mikroskil, Citra merek yang dimiliki laptop Asus baik, hal inilah yang menjadi membuat mahasiswa memutuskan untuk membeli Laptop Asus. Laptop Asus juga sudah terkenal sehingga laptop Asus mudah diingat masyarakat, karena pada dasarnya suatu produk yang sudah dikenal banyak orang membuat mahasiswa yakin dan percaya dengan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Sakti Riana Fatmaningrum, Susanto dan Muinah Fadhillah bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [9]. Namun berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malonda Deisy, Joyce Lopian dan Yunita Mandagie (2018), bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [6].

Uraian diatas menyatakan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian, karena dengan adanya Kualitas Produk yang baik dan harga yang terjangkau serta Citra Merek yang positif tersebut dapat membuat keputusan pembelian Laptop Asus. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melibatkan keyakinan konsumen terhadap suatu merek sehingga muncul rasa percaya diri pada tindakan yang diambil konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)?

- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)?
- 3) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)?
- 4) Apakah kualitas produk, harga, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk membatasi fokus penelitian, pelaksanaan penelitian difokuskan pada pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan) yang terdiri dari :

- 1) Variabel bebas : Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Citra Merek (X_3)
- 2) Variabel terikat : Keputusan Pembelian (Y)
- 3) Subjek penelitian : Produk laptop merek Asus
- 4) Objek penelitian : Mahasiswa program STIE Mikroskil
- 5) Periode pengamatan : Penelitian ini tahun 2020

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis:

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)
- 2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)
- 3) Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)
- 4) Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan)

1.5 Manfaat

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan meningkatkan pemahaman bagi pembaca dalam bidang pemasaran, khususnya yang terkait pada pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi penelitian berikutnya.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang positif bagi perusahaan yang bersangkutan. Khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan citra merek. Sehingga produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat lebih menarik perhatian konsumen.

1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Rifqi Sultan Fahrezzy (2018) dan Arlin Ferlina Moch.Trenggana (2018) yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen laptop asus [3].

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel bebas yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah kualitas produk dan harga. Sedangkan penelitian ini penulis menambah satu variabel bebas yaitu citra merek. Karena citra merek merupakan kesan yang dimiliki konsumen tentang sebuah merek yang tertanam dalam sebuah memori atau ingatan [10]. Sehingga variabel tersebut merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.
- 2) Dalam objek penelitian sebelumnya penulis melakukan studi kasus pada kota Bandung sedangkan pada penelitian ini penulis meneliti Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan
- 3) Terdapat perbedaan tahun penelitian, dimana penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2018, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.