

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang Masalah**

Kebutuhan akan teknologi informasi saat ini semakin penting didalam kehidupan masing-masing individu. Kebutuhan didalam penyelesaian pekerjaan, tugas akademis semuanya dilakukan menggunakan teknologi. Teknologi yang sering digunakan sebagai penyelesaian pekerjaan, tugas akademis dan lain-lain salah satunya adalah laptop.

Berbagai macam merek laptop yang beredar di Indonesia diantaranya: ASUS, Acer, HP, Dell, Lenovo, Sony Vaio, Samsung, dan lain-lain, menjadikan konsumen harus lebih teliti didalam pengambilan keputusan. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan pembeli, dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong dalam Setiawati, 2006;25).

Bagi sebagian konsumen, harga merupakan aspek pertimbangan yang paling penting sebelum melakukan pembelian. Tjiptono (2008;152) harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan pada pembeli. Yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

1. Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.
2. Peranan dari informasi harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat

dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaat secara obyektif.

Sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk membeli selanjutnya adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008;64) menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Selain kualitas produk yang harus selalu sesuai standar, perusahaan juga memerlukan pencitraan pada merek dagang dan perusahaannya agar didalam pemasarannya mudah diterima oleh konsumen baru dan tetap mempertahankan konsumen lama (menjaga loyalitas pelanggan).

Sebelum konsumen melakukan sebuah pembelian, sebagian konsumen mengamati tingkah laku merek tertentu, dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana merek tersebut mampu memberikan kepuasan secara tersitat maupun tersurat. Menurut Alma (2004;375) citra merek adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan bagi suatu perusahaan salah satunya keunggulan dalam bersaing. Oleh karena itu penempatan citra merek dibenak konsumen harus dilakukan secara terus-menerus agar citra merek yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan positif di benak konsumen maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan konsumen untuk membeli merek yang bersangkutan sangat besar.

Sebagian konsumen menyukai produk-produk yang selalu berinovasi, memberikan pengalaman-pengalaman baru kepada konsumen yang membelinya dengan tambahan fitur terbaru yang belum dimiliki oleh produk kompetitor. Penelitian yang dilakukan oleh Rekarti (2008) menyimpulkan bahwa Inovasi berhubungan secara positif signifikan dengan keputusan pembelian konsumen, dengan variabel yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli adalah variabel tambahan fitur, variabel desain, dan variabel konsistensi dalam desain. Inovasi suatu produk memungkinkan konsumen untuk membeli.

Sebuah perusahaan penyedia jasa perbaikan terbesar di Amerika RESCUECOM melakukan penelitian tentang kehandalan (mengukur kualitas produk) setiap merek laptop yang beredar dipasaran, dengan membandingkan setiap jumlah telepon yang masuk ke *call center*. Hasilnya, dari berbagai macam merek laptop yang beredar, ASUS jauh lebih unggul perusahaan lain dengan jumlah telepon pengaduan terkecil. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1.**  
**Merek laptop berdasarkan kualitas dan penjualannya di Amerika Serikat pada tahun 2010**

Perusahaan Manufaktur	Pangsa Pasar Laptop di Amerika	Pangsa Perbaikan RESCUECOM	Skor Realibilitas Laptop
	Dalam Persentase (%)		
Asus	3,5	0,2	1791
Apple	9,0	1,3	686
IBM/Lenovo	4,9	0,9	524
Toshiba	8,4	2,3	368
HP/Compaq	25,5	9,1	281
Sony	2,4	0,9	262
Acer	11,0	5,0	218
Samsung	0,7	0,4	180
Dell	23,8	14,5	165
Total Lainnya	10,7	65,4	16

Sumber: <http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2011/02/09/asus-no1-notebook-paling-handal-339594.html>

Pada tabel diatas dapat diuraikan bahwa, laptop merek ASUS memiliki tingkat kerusakan sebesar 0,2% lebih kecil dibandingkan merek laptop yang lain. Artinya kualitas produk laptop merek ASUS sangat baik menurut survei yang dilakukan oleh RESCUECOM.

ASUS adalah top 2 produsen *notebook* konsumen dunia, dan penghasil *motherboard* terbaik didunia. ASUS mendesain dan memproduksi segala jenis produk IT untuk memenuhi segala kebutuhan sehari-hari mulai dari *laptop*, *tablet*, *pc desktop*, *server*, perangkat jaringan, dan *smartphone*. Dimotivasi oleh inovasi dan berkomitmen pada kualitas.

ASUS menempati peringkat pertama untuk penjualan *laptop* konsumen disepanjang tahun 2013. Dengan *market share* sebesar 25,40% (berdasarkan data IDC 2013) per januari 2014. GfK juga mengeluarkan laporan tahun 2014 tentang *market share* produk *laptop* yang beredar di pasaran, ASUS memimpin pasar sebesar 27,3% untuk produk laptop. (Sumber: [sumutpos.co/2014/04/77322/asus-tempatkan-kemampuan-komputasi-notebook-ke-smartphone-asus-zenphone](http://sumutpos.co/2014/04/77322/asus-tempatkan-kemampuan-komputasi-notebook-ke-smartphone-asus-zenphone)).

ASUS berupaya untuk selalu memberikan produk-produk berkualitas dan berinovasi tinggi yang sesuai dengan permintaan pasar, terbukti dengan ASUS berhasil memenangkan 4.168 penghargaan ditahun 2013. ASUS konsisten dengan dengan visi misi yang mereka usung yaitu terus mengejar yang terbaik. 789 dari keseluruhan penghargaan yang berhasil diterima oleh ASUS ditujukan untuk perangkat-perangkat *pc tablet*, dan *smartphone* besutannya. Berikut penghargaan yang berhasil diterima oleh ASUS, diantaranya: *If Design Award (2012)*, *Innovation International CES awards (2013)*, *TelePlus Indonesia (2012)*, *Info*

Komputer (2012), T3 Magazine (2013), YangCanggih.com (2012), HWM Magazine (2012), JagatReview.com (2012), TechLife (2012), Stuff Magazine (2012), AreaMobile (2012), Hot Hardware (2012), HWM (2012, dan sebagainya. (sumber: [kliknlink.com/blogs/penghargaan-yang-berhasil-di-raih-oleh-asus/](http://kliknlink.com/blogs/penghargaan-yang-berhasil-di-raih-oleh-asus/))

Bagi mahasiswa-mahasiswi Universitas Muhammadiyah Gresik khususnya Fakultas Ekonomi program studi manajemen, laptop merupakan sarana belajar yang penting dalam membantu kegiatan proses perkuliahan., terlebih lagi apabila terdapat tugas yang mengharuskan mahasiswa-mahasiswi untuk mengerjakannya secara terkomputerisasi. Selain itu laptop juga sering digunakan sebagai sarana komunikasi multimedia melalui situs jejaring sosial. Peneliti tertarik melakukan penelitian pada program studi manajemen dikarenakan jumlah mahasiswa aktif manajemen tahun akademik 2013 – 2014 terbanyak dibandingkan dengan program studi yang lain di Universitas Muhammadiyah Gresik. Berikut merupakan hasil rekap heregistrasi semester genap tahun akademik 2013 – 2014.

**Tabel 1.2.**  
**Rekap Mahasiswa Heregistrasi Semester Genap Tahun Akademik 2013-2014**

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa		
		Aktif		
		L	P	Jumlah
1	Agrobioteknologi	49	21	70
2	Budidaya Perikanan	34	12	46
3	Manajemen	226	208	<b>434</b>
4	Akuntansi	103	295	398
5	Pendidikan Matematika	39	136	175
6	Pendidikan Bahasa Inggris	50	208	258
7	Pendidikan Agama Islam	20	27	47
8	Teknik Industri	397	16	413
9	Teknik Informatika	329	94	423
10	Teknik Elektro	112	1	113
11	Psikologi	36	57	93
<b>Jumlah Total</b>		<b>1395</b>	<b>1075</b>	<b>2470</b>

Sumber: BAA; 2014

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa jumlah mahasiswa aktif manajemen tahun akademik 2013 – 2014 sebesar 434 orang, dengan rincian laki-laki 226 orang dan perempuan 208 orang. Selain itu peneliti juga melakukan prasarvei secara acak pada mahasiswa fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013–2014. Hasil prasarvei yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa dari 10 orang mahasiswa 8 diantaranya menggunakan dan pernah melakukan pembelian *laptop* ASUS.

Berdasarkan ulasan yang telah peneliti paparkan sebelumnya, maka melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimanakah harga, kualitas produk, citra merek, dan inovasi produk mapu mempengaruhi proses keputusan pembelian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ASUS Pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Tahun Akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Unversitas Muhammadiyah Gresik?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program

studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik?

3. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik?
4. Apakah inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik?
5. Apakah harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013 – 2014 Universitas Muhammadiyah Gresik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013/2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi

program studi manajemen tahun akademik 2013/2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.

3. Untuk mengetahui pengaruh antara citra merek dengan keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013/2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013/2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian laptop merek ASUS pada mahasiswa-mahasiswi fakultas ekonomi program studi manajemen tahun akademik 2013/2014 Universitas Muhammadiyah Gresik.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan sarana bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian.

## 2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan perusahaan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## 3. Bagi Universitas

a. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi penelitian lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti.

b. Hasil dari penelitian ini diharap dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan yang ada di Universitas Muhammadiyah Gresik dan sebagai bahan pertimbangan baik untuk menambah wawasan pengetahuan maupun sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang akan datang.