

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri sekarang ini berjalan semakin pesat dan bertambah maju, bersamaan majunya teknologi serta ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh manusia. Hal ini berdampak mengakibatkan bertambahnya perusahaan industri maupun jasa yang memasuki dunia pasar. Banyaknya perusahaan baru yang bermunculan dan menghasilkan suatu produk yang hampir sama, hal ini berdampak semakin banyak produk ditawarkan di pasar. Keadaan itu semakin memperketat persaingan diantara perusahaan dalam mendapatkan konsumen.

Dunia teknologi selalu mewarnai jagat raya sehingga menarik untuk diamati, ini ditandai dengan berkembangnya internet dan teknologi informasi seperti laptop yang begitu canggih sehingga setiap orang tertarik untuk membelinya. Teknologi laptop merupakan inovasinya yang tiada henti variannya sehingga konsumen untuk memiliki. Dengan fasilitas atau fitur-fitur yang diimbangi serta desain produk yang disesuaikan dengan dengan perkembangan kebutuhan konsumen merupakan daya tarik untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Fenomena tersebut dapat dilihat dari kondisi persaingan saat ini yang terjadi pada produk laptop. Keanekaragaman produk laptop yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam mengambil keputusan pembelian saat menentukan suatu

merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk laptop yang ideal.

Kompetensi tersebut akan terus berlanjut karena beberapa merek baru terus bermunculan dengan berbagai macam varian seperti merek-merek, COMPAQ, HEWLET PACKARD (HP), DELL, TOSHIBA, LENOVO, AXIOO, dan merk lainnya. Hal tersebut juga dibuktikan dengan penguasaan pangsa pasar (*market share*) pada produk laptop merek Acer.

Banyaknya jenis merk-merk laptop yang ada di pasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang strategis, misalnya mengubah desain, warna, kemasan, promosi dan harga. Oleh karena itu, para pengusaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produksi sehingga para konsumen dapat tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Laptop Acer adalah laptop termasuk salah satu merek laptop yang paling umum digunakan oleh konsumen, selain karena harga yang relatif murah dan terjangkau dikalangan laptop Acer juga menawarkan perangkat perangkat yang lengkap. Desain cantik dan menarik dari sisi performa dan bentuk.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menganalisis keputusan pembelian melalui variabel harga, kualitas produk, dan citra merek.

Harga merupakan segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, dkk, 2008:176) harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu barang sudah sesuai apa belum. Keputusan penetapan harga, haruslah berorientasi pada pembeli. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk). Jika pelanggan menganggap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk. Jika konsumen menganggap harga berada di bawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan (Cannon, dkk 2008:283). Jika perusahaan ingin berkembang atau meraih keuntungan, maka perusahaan tidak punya pilihan lain selain menginovasi konsep kualitas produk. Ini menunjukkan kualitas mempengaruhi konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi kebutuhan. Produk yang mempunyai kualitas baik sesuai dengan kebutuhan konsumen akan membuat konsumen merasa puas dan terpenuhi, maka semakin tinggi permintaan konsumen untuk melakukan pembelian.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Citra merek merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap

produk (Sutisna, 2008:83). Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Citra merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek itu (Sutisna, 2008:83). Citra suatu merek dapat dilihat dari mantap atau percaya diri bila digunakan konsumen, simbol yang dimiliki sudah dikenal dan reputasi merek yang bersangkutan

Dengan adanya laptop memberi kemudahan karena model yang kecil dan ringan sehingga mempermudah untuk mengunakan dimana pun dan kapan pun. Kepraktisan merupakan salah satu cirri utama dari perkembangan teknologi digital saat ini. Teknologi digital merupakan salah satu tren gaya hidup banyak orang di dunia. Laptop merupakan hasil salah satu perkembangan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang memiliki mobilitas yang sangat tinggi. Tersedianya layanan hotspot yang berkembang di berbagai tempat menjadi factor pendorong makin populernya produk laptop.

Laptop adalah salah satu dari sekian banyak perangkat teknologi yang dapat melakukan berbagai kegunaan bagi para penggunanya. Laptop merupakan computer portable kecil yang dapat dibawa kemana-mana dengan mudah. Harga yang terjangkau membuat kebutuhan akan teknologi konsumen lebih memilih laptop sehingga semakin luas pasar laptop di jagat raya.

Laptop Acer adalah merupakan teknologi digital yang dirancang sesuai kebutuhan konsumen. Laptop Acer adalah laptop yang sangat banyak diminati siswa SMA 1 Kawedanan saat ini. Laptop ini menyediakan berbagai fitur dan desain dimana konsumen bisa tertarik dalam keputusan pembelian. Dari survey di SMA 1 Kawedanan kelas 2 IPS diketahui 46 siswa yang menggunakan laptop merek acer

Pada saat ini fenomena siswa SMA yang memiliki laptop sudah tidak asing lagi dijumpai. Maraknya penggunaan laptop dapat dilihat dari sudut-sudut sekolah banyak siswa yang memanfaatkan laptop, misalnya kantin, taman, teras kelas, maupun di perpustakaan. Melalui layanan hotspot area sekolah bisa menggunakan metode pembelajaran berbasis internet.

Siswa memang menjadi konsumen yang menguntungkan bagi perkembangan laptop, untuk mendukung pembelajaran yang efektif siswa memang membutuhkan laptop sebagai alat pendukung mengerjakan tugas-tugas sekolah. Siswa yang belum memiliki laptop mendapat kesulitan dalam mengerjakan tugas sekolah ditengah mobilitas yang tinggi, sedangkan penggunaan komputer saat ini kurang praktis dalam penggunaannya. Apabila siswa tidak memiliki komputer maka mereka akan mengalami kerepotan karena mereka akan tergantung pada tempat rental komputer.

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di SMA 1 Kawedanan, karena sebagian besar siswa kelas 2 Ips memiliki laptop berbagai merek, salah

satunya adalah Acer. Sedangkan obyek yang dipilih adalah responden yang menggunakan laptop Acer.

Dari latar belakang yang dikemukakan maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (Studi Kasus pada Siswa Kelas 2 IPS SMA 1 Kawedanan Kab. Magetan)”**.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penulisan adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pembelian laptop merek acer oleh siswa kelas 2 IPS di SMA 1 Kawedanan?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pembelian laptop merek acer oleh siswa kelas 2 IPS di SMA 1 Kawedanan?
3. Apakah terdapat pengaruh antara citra merk terhadap keputusan pembelian pembelian laptop merek acer oleh siswa kelas 2 IPS di SMA 1 Kawedanan?

1.3. Batasan masalah

Mengingat permasalahan yang ada sangat luas dan supaya nantinya penulisan laporan penelitian ini akan lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan masalah. Batasan masalahnya yaitu :

1. Permasalahan yang dibahas adalah mengarah kepada perilaku konsumen.

2. Pengaruh antara harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merk acer oleh siswa kelas 2 IPS di SMA 1 Kawedanan.

1.4. Tujuan dan manfaat penelitian

1.4.1. Tujuan penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan :

- a. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Laptop Merk Acer di SMA 1 Kawedanan.
- b. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Laptop Merk Acer di SMA 1 kawedanan.
- c. Mengetahui pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian Laptop Merk Acer di SMA 1 Kawedanan.

1.4.2. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak yang terkait, yaitu :

- a) Bagi peneliti.

Sebagai sarana untuk menguji kompetensi diri selama mendapatkan teori di bangku kuliah serta sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana.

- b) Bagi penelitian selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan masalah pengambilan keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk.

c) Institusi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan.

