

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era digital saat ini, alat teknologi menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat. Semakin banyaknya isu globalisasi yang berkembang membuat masyarakat sering memanfaatkan media massa sebagai mencari informasi, khususnya media elektronik seperti komputer dan internet. Hampir semua orang memiliki produk teknologi seperti komputer dan internet. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis di bidang telekomunikasi. Seiring berkembangnya teknologi komputer membuat perusahaan menciptakan produk komputer yang dapat dibawa kemana saja yaitu laptop.

Laptop adalah sebuah komputer desktop yang lebih kecil dan ringan sehingga dapat mudah dibawa kemana-mana. Laptop menjadi pilihan masyarakat setelah komputer desktop yang dirasa kurang efektif. Konsumen dapat menggunakan laptop seiring berjalan dengan aktifitas lain yang mereka lakukan. Konsumen dapat menggunakan laptop saat bekerja dan bahkan saat jam istirahat tetap menggunakan bantuan laptop.

Hal tersebut menjadi pendorong sekaligus tantangan bagi seluruh perusahaan teknologi di dunia untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Tantangan ini juga didukung oleh keberadaan perusahaan sejenis yang menawarkan produk dengan karakteristik yang hampir

sama. Persaingan berdampak pada penciptaan produk baru sebagai tindakan penguasaan pasar dan mempertahankan eksistensi perusahaan. Perusahaan membuat variasi penawaran produk dengan tujuan yang menguntungkan. Perusahaan dapat menarik konsumen dengan memberikan penawaran produk berkualitas sebagai pilihan 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 menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk laptop yang ideal. Kompetisi ini akan terus berlanjut karena banyaknya produk baru yang terus bermunculan dengan kualitas yang lebih bagus dan berbagai macam fitur dan varian seperti produk laptop dari: Lenovo, Toshiba, Apple, Asus, dan HP. Ada beberapa perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan dan ada pula yang mengalami penurunan penjualan.

Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan dan penurunan suatu produk berdasarkan hasil survei (Top Brand Index) di Indonesia kategori laptop/notebook/pc tahun 2019-2021 yang disajikan dalam tabel berikut:

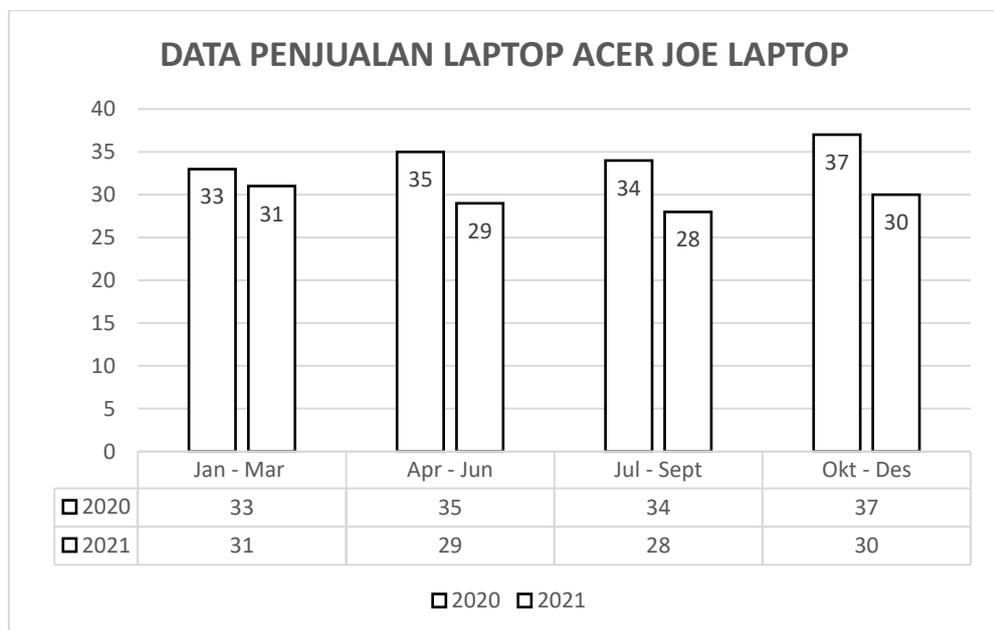
Tabel 1.1 Top Brand Index Tahun 2019-2021

Merek	2019	2020	2021
Asus	21.2%	25.4%	27.9%
Acer	31.2%	26.1%	26.0%
Lenovo	9.7%	10.2%	10.8%
Apple	7.7%	6.3%	8.0%
Toshiba	7.4%	4.4%	6.0%

Sumber : *www. topbrand-award.com*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pangsa pasar setiap produk mengalami kenaikan dan penurunan. Kenaikan yang dialami oleh salah satu perusahaan yaitu Asus dimana pada tahun 2019 hanya 21,2% menjadi 25,4% pada tahun 2020 dan 27,9% di tahun 2021. Sedangkan di sisi lain laptop Acer mengalami penurunan dimana pada tahun 2019 mencapai 31.2% menjadi 26,1% pada tahun 2020 dan 26.0% pada tahun 2021.

Joe Laptop adalah salah satu toko laptop yang berlokasi di Surabaya. Joe Laptop terletak di ITC Mega Grosir Lt.2 Blok L3 No.3, Surabaya. Joe Laptop juga memiliki toko pusat yang terletak di Jalan Baratajaya Blok A1 No.59, Surabaya dan ada juga cabang lain di kota Malang. Berikut adalah data penjualan laptop Acer di Joe Laptop cabang ITC Surabaya:



Gambar 1.1 Data Penjualan Laptop Acer Joe Laptop 2020-2021

Sumber : Data Perusahaan

Berdasarkan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada kuartal I 2020 penjualan mencapai 33 unit dibandingkan kuartal I 2021 hanya 31 unit. Pada kuartal II 2020 penjualan mencapai 35 unit dibandingkan kuartal II 2021 hanya 29 unit. Penjualan kuartal III dan IV tahun 2020 juga lebih unggul dibandingkan kuartal III dan IV tahun 2021.

Di tengah persaingan yang sangat ketat, Acer sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang teknologi dan produsen yang bergerak di bidang komputer. Acer juga merupakan produsen perangkat keras terbesar nomor 5 di dunia. Hal ini dibuktikan dengan menghasilkan berbagai produk terbaik mulai dari *desktop*, *notebook*, laptop, monitor, *smartphone* hingga produk lainnya.

Perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik akan membuat konsumen percaya terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Setelah konsumen percaya terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka akan berdampak pada keputusan pembelian. Dengan banyaknya laptop yang beredar di pasaran membuat konsumen selektif dalam memilih laptop. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yaitu kualitas produk, citra merek, serta faktor-faktor pendukung lainnya.

Menurut Kotler (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Faktor kualitas produk merupakan hal yang diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan. Produk yang dijual harus

mempunyai kualitas yang baik, unik dan penampilan yang menarik sehingga dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli. Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Pernyataan ini diperkuat dengan beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian, seperti penelitian yang dilakukan Wulandari dan Donant (2018) mengenai pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Viva kosmetik yang menghasilkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:180) citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek. Merek merupakan hal yang penting dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Merek memiliki potensi yang besar untuk menghasilkan keuntungan yang lebih banyak bila perusahaan mampu memanfaatkan merek tersebut secara baik dan terus menerus.

Pernyataan diperkuat dengan beberapa penelitian terdahulu menunjukan bahwa citra merek mempengaruhi keputusan pembelian, seperti penelitian yang dilakukan Fatmaningrum, dkk (2020) tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea yang menghasilkan penelitian citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:240) keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Keputusan pembelian dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Konsumen memiliki beberapa tahap terlebih dahulu sebelum melakukan keputusan pembelian yaitu, pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk maka pengusaha harus jeli dalam melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik konsumen.

Sebagian besar konsumen mengakui bahwa laptop Acer memiliki kualitas *casing* yang tidak begitu tangguh. Kualitas *casing* yang cukup rendah membuat terasa cukup rapuh dan terasa tipis saat dipegang. Kondisi seperti ini cukup sering dijumpai pada laptop-laptop Acer yang mengisi segmen menengah ke bawah. *Build Quality* yang rendah akan sangat berdampak pada masa pakai laptop jika pengguna memiliki mobilitas yang tinggi. Opini publik atau *Image* produk soal daya tahan laptop Acer juga sudah bisa ditebak yaitu rapuh dan rentan rusak. Penggunaan secara overtime serta digunakan bekerja dalam perjalanan membuat daya tahannya ini juga cepat menurun. Dibandingkan dengan merek-merek lain, laptop Acer memang terkenal lebih mudah rusak (review.bukalapak.com).

Selain dari ketahanannya yang rapuh, masalah umum yang dijumpai pada laptop Acer adalah kualitas keyboardnya. Sejumlah konsumen mengeluhkan jika keyboard Acer agak keras dan tidak terlalu nyaman saat digunakan. Lalu yang menjadi kelemahan yang cukup ditakutkan oleh para konsumen yakni panel LCD laptop Acer. Panel LCD tersebut dikenal cukup lemah dan sangat rawan mengalami kerusakan. Bila digunakan untuk kegiatan multi kompleks sering kali hal ini menyulitkan pengguna (worldwideartla.com).

Berdasarkan rangkaian pada latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka ada beberapa rumusan masalah yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Acer ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Acer ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis akan bermanfaat dan berguna antara lain:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan Acer untuk meningkatkan keputusan pembelian laptop Acer dengan cara meningkatkan kualitas produk sehingga memberikan citra merek yang bagus bagi laptop Acer dimata konsumen.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan informasi mengenai variabel dan indikator yang berpengaruh pada keputusan pembelian.