

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi menuntut setiap orang untuk dapat berpikiran maju. Ilmu pengetahuan teknologi dan informasi yang terus berkembang menjadi kehidupan sehari-hari dimana ditandai dengan perubahan yang sangat cepat di segala bidang khususnya teknologi informasi dimana batas waktu dan tempat sudah tidak menjadi suatu masalah. Teknologi informasi memunculkan kepercayaan bahwa masa depan akan dikuasai oleh siapapun yang dapat menguasai teknologi dan informasi tersebut. Semakin tumbuhnya kebutuhan akan pengetahuan dan informasi maka mendorong betapa pentingnya suatu alat-alat penunjang teknologi informasi tersebut di masyarakat. Diantara banyaknya pendukung alat-alat teknologi informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, salah satunya adalah laptop.

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 pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk laptop yang ideal. Kompetisi tersebut akan terus berlanjut karena beberapa merek baru terus bermunculan dengan berbagai macam varian seperti: HP, DELL, Toshiba, Asus, dll. Dan juga dengan

banyaknya persaingan produk - produk yang menawarkan kualitas dan harga yang lebih terjangkau.

Acer pertama kali didirikan dengan nama Multitech pada tahun 1976, yang kemudian dinamakan Acer yang sekarang ini pada tahun 1987. Acer merupakan sebuah lima merek besar komputer pribadi dunia. Walaupun bukan menjadi market leader, dengan persaingan industri saat ini perusahaan harus selalu menciptakan produk - produk yang inovatif agar tetap bertahan dalam persaingan. Hal tersebut juga dibuktikan dengan penguasaan pangsa pasar (*market share*) pada produk laptop merek Acer tahun 2012 - 2013 yang disajikan pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Data Market Share Laptop Periode 2012 - 2013

Merek	Market share 2012	Shipments 2012	Market share 2013	Shipments 2013
Lenovo	15%	12,802	16,7%	12.019
HP	15,7%	13,414	16,4%	12,378
Dell	12,2%	9,633	11,3%	9,230
Acer	8,2%	9,241	10,8%	6,226
Asus	6,1%	5,820	6,8%	4,500

Sumber: www.cdn.pcper.com

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa laptop Acer mengalami kenaikan *market share* yang cukup signifikan dari tahun 2012 hingga tahun 2013 yaitu pada tahun 2012 sebesar 8,2% naik menjadi 10,8% di tahun 2013, berada di posisi ke empat. Sedangkan pesaing utamanya Leonovo, tetap menjadi marketleader ditahun yang sama mengalami kenaikan yang cukup

signifikan. Hal ini membuktikan bahwa Acer masih diminati para pelanggan. Meskipun demikian, Acer harus meningkatkan penjualan dengan meningkatkan kualitas dan berinovasi terhadap produk sehingga penjualan Acer meningkat dan Acer bisa menjadi market leader menggeser posisi Lenovo.

Dengan banyaknya merek laptop yang bermunculan menyebabkan meningkatnya persaingan yang sangat kuat. Oleh karena itu, produk-produk laptop tersebut harus selalu waspada agar dapat menang dalam persaingan. Maraknya beragam merek laptop yang beredar diikuti juga dengan beragamnya harga yang ditawarkan terlihat dari tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2 Daftar Harga Laptop

Merek	Harga
Lenovo	Rp. 3.600.000 - Rp. 23.600.000
HP	Rp. 3.600.000 - Rp. 18.600.000
DELL	Rp. 4.300.000 - Rp. 35.900.000
Acer	Rp. 3.500.000 - Rp. 17.500.000
Asus	Rp. 3.700.000 - Rp. 24.500.000

Sumber: <http://www.hargalaptop.net>

Dilihat dari tabel diatas bahwa harga laptop Acer relatif terjangkau dibandingkan Lenovo pesaing utamanya serta pesaing lainnya, dimana diharapkan para pemakai laptop Lenovo beralih menggunakan laptop Acer karena, harga yang terbilang lebih murah dibandingkan Lenovo.

Besarnya tingkat pengguna laptop di Indonesia yang salah satu diantaranya yaitu Acer, membuat penulis merasa perlu untuk meneliti hal apakah yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan citra merek, kualitas produk, dan harga sebagai variabel yang akan diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Melalui Citra Merek”**

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Kondisi persaingan usaha yang semakin ketat saat ini.
- b. Keanekaragaman laptop dengan munculnya merek-merek baru.
- c. Persaingan kualitas produk antara produk dengan merek yang lainnya.
- d. Persaingan harga antara produk dengan merek lainnya.
- e. Perubahan penggunaan teknologi dari sebuah perangkat komputer menjadi sebuah laptop yang praktis untuk dibawa.

2. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan informasi, waktu dan biaya maka peneliti membatasi permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Fokus penelitian ini dibatasi pada hal yang berhubungan dengan *Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk* terhadap *Keputusan Pembelian*.
2. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat Kota Tangerang yang membeli dan memakai produk laptop merek Acer. Penelitian dilakukan di lokasi ini atas berbagai pertimbangan seperti adanya berbagai latar belakang hidup, kebiasaan, sifat, kultur, sosial dan tingkat ekonomi, yang ada di dalamnya sehingga secara tidak langsung mempengaruhi pola perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari termasuk juga dalam hal melakukan pembelian, serta untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian.
3. Yang menjadi responden adalah pembeli dan pemakai Laptop Acer.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh terhadap citra merek laptop Acer?
2. Apakah kualitas produk, harga, dan citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Acer ?

D. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap citra merek Laptop Acer.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Laptop Acer.

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

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

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau bahan acuan bagi perusahaan mengenai kualitas produk, harga, dan citra merek yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan sumber ilmu pengetahuan, khususnya bagi ilmu Manajemen Pemasaran untuk akademis yang tertarik meneliti dan mengembangkan ilmu di bidang citra merek (brand image), kualitas produk dan harga.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah kualitas

produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang mendasari penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data penelitian, populasi dan penentuan sampel, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta data responden.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan hasil penelitian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap citra merek serta pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian dan pembahasan masalah-masalah tersebut.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya.