

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat saat ini perusahaan perlu memanfaatkan sumber dayanya dengan optimal, termasuk berusaha menciptakan atau melakukan rekayasa yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen, misalnya melalui citra merek produknya yang nantinya diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Laptop adalah komputer bergerak yang berukuran relatif kecil dan ringan, beratnya berkisar dari 1-6 kg, tergantung ukuran, bahan, dan spesifikasi laptop tersebut. Sumber daya laptop berasal dari baterai atau adaptor A/C yang dapat digunakan untuk mengisi ulang baterai dan menyalakan laptop itu sendiri. Baterai laptop pada umumnya dapat bertahan sekitar satu hingga enam jam sebelum akhirnya habis, tergantung dari cara pemakaian, spesifikasi, dan ukuran baterai. Laptop terkadang disebut juga dengan komputer *notebook* atau *notebook* saja. Sebagai komputer pribadi, laptop memiliki fungsi yang sama dengan komputer desktop (*desktop computers*) pada umumnya. Komponen yang terdapat di dalamnya sama persis dengan komponen pada desktop, hanya saja ukurannya diperkecil, dijadikan lebih ringan, lebih tidak panas, dan lebih hemat daya.

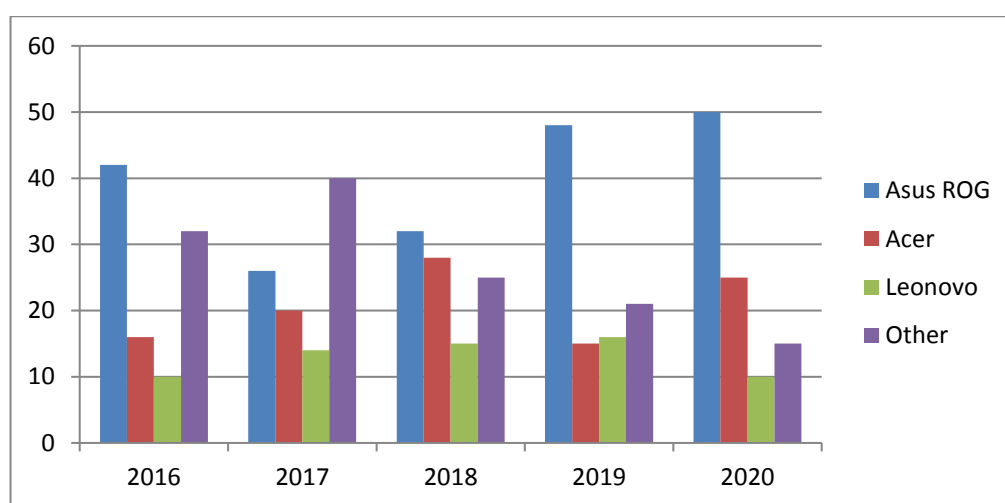
Keanekaragaman produk laptop yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk laptop yang ideal. Kompetisi tersebut akan terus berlanjut karena beberapa merek baru terus

bermunculan dengan berbagai macam varian seperti: HP, Dell, Toshiba, Acer, dll. Hal tersebut juga dibuktikan dengan penguasaan pangsa pasar (*market share*) pada produk laptop. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat yang ingin membeli dan memakai produk laptop merek ASUS ROG dalam kehidupan sehari-harinya. 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.

Minat konsumen terhadap merk ASUS ROG bisa dibilang lumayan tinggi, karena Menurut *Digitimes*, ASUS berhasil menjual 1,2 juta unit laptop *gaming* di tahun 2016. Jumlah penjualan tersebut membuat ASUS tampil sebagai produsen laptop paling unggul tahun 2016. Sementara posisi kedua diraih oleh MSI dengan jumlah penjualan mencapai 800.000-850.000 unit. Angka penjualan ASUS dan MSI tersebut juga menguasai hampir lebih dari 50 persen pasar laptop *gaming* sepanjang tahun 2016. Dua perusahaan asal Taiwan tersebut telah berhasil memanfaatkan momentum pertumbuhan pasar *gaming* dunia yang diperkirakan akan terus tumbuh hingga tahun 2020.

Menurut data dari Newzoo, pasar *gaming* akan tumbuh dengan nilai mencapai USD106,5 miliar (Rp1.418 triliun) tahun ini. Sementara tahun 2019 pasar *gaming* diperkirakan akan tumbuh hingga USD118,6 miliar (Rp1.579 triliun). Dari angka tersebut, pasar *gaming* PC menguasai sekitar 25 persen, nomor tiga terbesar setelah pasar game mobile dan konsol. Menurut pertumbuhan tersebut, ASUS dan MSI memperkirakan penjualan laptopnya akan naik 10-15% tahun 2019. (<https://www.medcom.id/>, diakses pada tanggal 7 September 2020)

Menurut Muhamad Firman selaku Head of PR ASUS Indonesia menuturkan bahwa tren permintaan laptop ASUS turun setelah wabah COVID-19 mulai melanda Indonesia. Permintaan mulai membaik ketika masyarakat mulai menerakan *work from home* (WFH). Menurut Firman penjualan laptop ASUS sampai akhir maret lalu sudah berangsur pulih dan naik sekitar 8-9% dibandingkan dengan kisaran awal tahun saat pandemi Corona meluas. (<https://tekno.kompas.com/>, diakses pada tanggal 7 September 2020).



Gambar 1.1 Data Penjualan Laptop Gaming di Indonesia
Sumber: Tekno.kompas.com

Gambar 1.1 menunjukkan data pembelian Laptop ASUS ROG di Indonesia mulai tahun 2016 hingga tahun 2020. Laptop ASUS ROG menguasai pasar gaming di Indonesia sampai 50%. Apabila dilihat dari statistik ASUS ROG mengalami penurunan pada tahun 2017 dan mulai bangkit 2018, penurunan tersebut dikarenakan adanya brand eropa yang masuk ke Indonesia.

Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Kotler (2009:54) bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginannya atau

kebutuhannya. Oleh karena itu perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2011:258) bahwa kualitas suatu produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut tiga lainnya dari suatu produk. Dari segi pemasar, kualitas harus diukur dari sudut penglihatan dan tanggapan pembeli terhadap kualitas itu sendiri. Dalam hal ini selera pribadi sangat mempengaruhi. Oleh karena itu secara umum dalam mengelola kualitas produk, harus sesuai dengan kegunaan yang diharapkan.

Harga yang ditawarkan ASUS ROG memang tidak murah, berkisar antara Rp11 juta–Rp 98 juta seperti laptop ASUS ROG GL552VX ditawarkan dengan harga Rp11,5 juta, laptop ASUS ROG Strix Traditional ditawarkan senilai Rp15,8 juta. Laptop gaming ASUS ROG Strix Hero ditawarkan dengan harga yang lumayan sebesar Rp16,8 juta dan yang paling termahal ASUS ROG GX800VH ditawarkan dengan harga Rp 94,9 juta. Perbedaan harga yang ini bisa dilihat dari spesifikasi dari setiap jenis ASUS ROG tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS ROG”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Laptop ASUS ROG?
2. Seberapa besar harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Laptop ASUS ROG?
3. Seberapa besar kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Laptop ASUS ROG?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Laptop ASUS ROG.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Laptop ASUS ROG.
3. Untuk menganalisis dan bagaimana pengaruh secara simultan kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Laptop ASUS ROG.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, kegunaan penelitian ini adalah :

Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak ASUS ROG untuk menjadi bahan pertimbangan dan masukan sekaligus diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya.

Kegunaan Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi para pelaku usaha lainnya dalam memperkaya tentang kualitas produk, harga dan keputusan pembelian sehingga dapat diterapkan dalam bidang usahanya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini digunakan sistem bertahap. Dengan tujuan agar pembaca dapat memahami isi skripsi ini secara bertahap tanpa melewati suatu papun, untuk itu secara keseluruhan skripsi ini disusun dengan beberapa bab yang menerangkan secara rinci hasil dari skripsi, isi pokok dari skripsi ini adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis ingin menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, sistematika penulisan skripsi, serta lokasi dan waktu penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Terdiri dari kajian teoretis, kajian nonteoritis, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Terdiri dari jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas dan reliabilitas.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari obyek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Terdiri dari simpulan dan saran.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dari penelitian ini dilakukan pada konsumen ASUS ROG di Daerah Kota Bandung, Dengan waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada tahun 2020 tempat penelitian berada di ASUS ROG store BEC.

Tabel 1.1
Jadwal Kegiatan Penelitian dan Penyusunan Skripsi

No	Kegiatan	Tahun Bulan	2020/2022							
			September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Agustus	April
1	Pengajuan Judul									
2	Acc Judul									
3	Survey Awal									
4	Penyelesaian dan Bimbingan Bab I s/d III									
5	Sidang Proposal									
6	Revisi Proposal									
7	Penelitian									
8	Penyelesaian dan Bimbingan Skripsi									
9	Sidang Skripsi									