

BAB I PENDAHULUAN

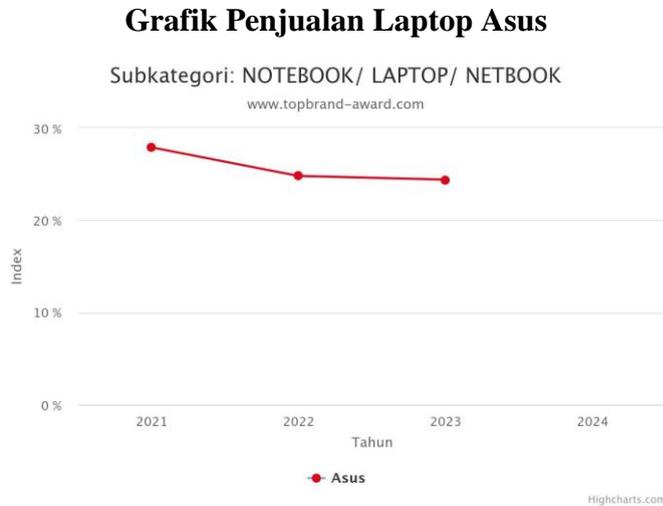
1.1 Latar Belakang

Di era digital dan teknologi informasi yang semakin maju, laptop telah menjadi salah satu alat yang sangat berguna bagi mahasiswa, dalam pengguna komputer pribadi. Laptop juga banyak dibutuhkan orang untuk pekerjaan, belajar, dan hiburan. Demikian dengan mahasiswa, mereka menggunakannya untuk menyelesaikan tugas, mengakses sumber belajar *online*, dan berkomunikasi. Keputusan pembelian laptop menjadi hal yang krusial dalam kehidupan mahasiswa pada umumnya. Salah satu merek ternama di bidang elektronik dan *gadget* yang sudah dipercaya diseluruh dunia adalah Asus, laptop kekinian yang mengikuti *trend* masa sekarang (Dewi & Mulyani, 2019). Asus adalah sebuah perusahaan elektronik dan perangkat keras multinasional dan kantor pusat di Distrik Beitou, Taipei, Taiwan. Asus, sebagai salah satu produsen laptop terkemuka di dunia, telah membangun reputasi yang kuat dalam menyediakan produk-produk laptop berkualitas.

Dikutip dari *Top Brand Index* (2022) bahwa pada tahun 2021 penjualan laptop Asus berhasil meraih peringkat pertama. Akan tetapi pada tahun 2022 laptop Asus mengalami penurunan 3,1% yang semula pada tahun 2021 sebesar 27,9% turun menjadi 24,8% pada tahun 2022. Pada Tahun 2023 juga penjualan Asus menurun 0,4% sehingga penjualan menjadi 24,4% (*Top Brand Index*, 2022). Lebih jelasnya dilihat pada tabel dan grafik penjualan Asus dari Tahun 2020 hingga 2023 sebagai berikut.

Tabel 1.1 Penjualan Laptop Asus

| Tahun | Penjualan |
|-------|-----------|
| 2021 | 27,90% |
| 2022 | 24,80% |
| 2023 | 24,40% |



Hal ini karena merek-merek baru bermunculan dan banyak pesaing yang menawarkan harga lebih murah. Selain itu, Asus juga berkonsentrasi pada penciptaan lini produk PC 15 inci yang dinilai dapat meningkatkan efisiensi pengguna. Selain itu, Asus mulai menawarkan laptop dengan layar OLED yang menghasilkan warna lebih jernih dibandingkan layar IPS (Antara).

Produk dari Asus terus berkembang dalam menciptakan produk *PC* berkualitas dan canggih yang mampu menjawab permasalahan budaya masa kini. Berkat menghadirkan produk-produk baru yang lebih halus dan komprehensif serta menarik konsumen, Asus kini sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia kelas ekonomi menengah ke atas karena penawarannya yang berkualitas. Kualitas barang merupakan salah satu elemen yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:277), konsumen mengambil keputusan pembelian berdasarkan pengetahuannya mengenai manfaat dan kebutuhan suatu produk. Proses dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memilih suatu barang berdasarkan evaluasi tersebut dikenal sebagai keputusan pembelian. Menurut definisi Kotler dan Keller (2016:37), kualitas produk adalah batas item sehubungan dengan menjalankan fungsinya, yang mencakup ketahanan, keandalan, dan keakuratannya secara

keseluruhan. Handoko (2013:16) juga mengartikan bahwa kualitas produk adalah suatu keadaan menilai suatu barang berdasarkan pedoman tertentu yang menunjukkan derajat sifat barang tersebut. Penelitian mendukung hal ini Muhairil (2022) yang menemukan keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan pada kualitas produk. Citra merek berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian selain kualitas produk.

Menurut Kotler (2011:32) menyatakan bahwa citra merek merupakan kumpulan keyakinan, pemikiran, dan kesan mereka terhadap merek. Akibatnya, citra merek mempunyai dampak signifikan terhadap sikap dan tindakan pelanggan. Menurut Simamora (2011:33), citra adalah persepsi yang cukup stabil dari waktu ke waktu, sehingga sulit untuk dibentuk dan diubah setelah terbentuk. Oleh karena itu, image yang tercipta harus jernih dan memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor. Hal ini sejalan dengan temuan Muhairil (2022) yang menemukan pilihan pembelian konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh citra merek.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai merek yang digunakan oleh mahasiswa dari 20 mahasiswa menunjukkan bahwa 80% mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun memakai laptop Asus. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi dua faktor penting yang memengaruhi pilihan Asus untuk laptop di kalangan mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yaitu mengenai citra merek dan kualitas produk. Selain itu, penyelidikan ini bisa memberikan pertimbangan pada mahasiswa dan konsumen potensial dalam membuat keputusan pembelian yang lebih informasional dan tepat. Dari uraian di atas penulis melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.**

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap

keputusan pembelian laptop Asus pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun?

- b. Apakah citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian laptop Asus pada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menguji signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop Asus pada mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
- b. Menguji signifikansi pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Asus pada mahasiswa di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat akademisi:
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian ilmu dan juga pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi sumber referensi yang relevan dan memberikan masukan kepada mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun mengenai faktor-faktor yang menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dalam melaksanakan keputusan pembelian.
- b. Manfaat praktis:
Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen terhadap keputusan pembelian laptop Asus.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, serta analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum mengenai objek penelitian, data penelitian, dan pembahasan.

BAB 5 : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran-saran yang dapat digunakan dan diperhatikan untuk perbaikan yang difokuskan kepada penelitian selanjutnya.