

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman modern sekarang ini kemajuan teknologi semakin tidak dapat terbendung. Hampir setiap tahun selalu saja bermunculan teknologi-teknologi baru yang semakin memanjakan manusia dalam menjalani kegiatan atau aktivitas sehari-hari. Hal ini diakibatkan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin berkembang dari masa ke masa. Salah satu fenomena persaingan di zaman yang modern ini adalah persaingan dalam bidang teknologi dan informasi. Era globalisasi menuntut setiap orang untuk dapat berpikiran maju. Ilmu pengetahuan teknologi dan informasi yang terus berkembang menjadi kehidupan sehari-hari yang 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 mendorong betapa pentingnya suatu alat-alat penunjang teknologi informasi tersebut di masyarakat. Alat-alat teknologi pendukung tersebut antara lain adalah komputer, notepad, handphone dan juga laptop. Diantara banyaknya pendukung alat-alat teknologi informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, salah satu yang paling dibutuhkan 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. Sehingga semakin banyaknya persaingan produk-produk yang menawarkan kualitas dan harga yang lebih terjangkau. Dari beberapa keanekaragaman merek laptop, Asus merupakan salah satu perusahaan IT yang juga memunculkan produk laptop Asus yang berkualitas dan sudah cukup mendunia. Asus adalah sebuah perusahaan berbasis di Taipei yang memproduksi komponen komputer seperti papan induk, kartu grafis, dan notebook. Asus belakangan ini mulai memproduksi PDA, Telepon genggam, monitor LCD, tablet dan produk komputer lainnya. Pesaing utamanya termasuk MSI dan Gigabyte. Asus pada tahun 2005 menjual papan induk lebih banyak dari perusahaan lainnya, sebanyak 30 juta pada tahun 2004. Angka ini termasuk kontrak merek lain. Asus juga memproduksi komponen untuk perusahaan lain, termasuk PS2 Sony dan Apple Ipod, iBook, dll. ASUS banyak dipilih pengguna karena berani memberikan garansi 2 tahun untuk produk yang dibuatnya. Pada tahun 2014 Asus menggandeng PT Dragon Computer & communication untuk menjadi distributor utama notebook dan tablet di Indonesia dan berhasil menjadi merek nomor satu hingga saat ini (menurut data IDC dan GFK).

Meskipun Asus belum menjadi *market leader*, namun Asus masih masuk dalam salah satu lima merek besar komputer pribadi di dunia. Hal ini bisa dibuktikan dengan data penguasaan pangsa pasar (*market share*) pada produk laptop Asus sepanjang tahun 2018 & 2019 yang disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 1.1**  
**Market Share**



Top Companies, Asia Pacific Traditional PC Shipments, Market Share, and YoY Growth, 2019 and 2018 (shipments are in thousands of units)					
Company	2019 Shipments	2019 Market Share	2018 Shipments	2018 Market Share	2019/2018 Growth
1. Lenovo	31,246	30.2%	29,438	29.6%	6.1%
2. HP Inc	15,369	14.9%	13,962	14.0%	10.1%
3. Dell Technologies	14,574	14.1%	13,523	13.6%	7.8%
4. ASUS	7,631	7.4%	7,739	7.8%	-1.4%
5. Acer Group	5,867	5.7%	6,044	6.1%	-2.9%
Others	28,606	27.7%	28,828	28.9%	-0.8%
Total	103,293	100.0%	99,534	100.0%	3.8%
Source: IDC Quarterly Personal Computing Device Tracker, 2019Q4					
Note: All figures are rounded off					

Data Market Share Laptop Asus pada tahun 2018-2019

Sumber : IDC Quarterly PC Tracker, 2018 - 2019

Dari uraian tabel 1.1 diatas kita bisa lihat bahwa *market share* laptop Asus mengalami penurunan dari tahun 2018 ke tahun 2019 meskipun hanya sedikit, yaitu 7.8 % menjadi 7.4%, meski begitu *market share* laptop Asus masih bisa dikatakan stabil. Hal ini membuktikan bahwa Asus masih diminati para pelanggan. Meskipun demikian, Asus harus meningkatkan penjualan dengan meningkatkan kualitas dan inovasi terhadap produk sehingga penjualan Asus meningkat dan bisa menjadi *market leader* dengan menggeser posisi teratas yang di isi oleh merek Lenovo.

Citra Merek merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek, karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Citra Merek merupakan syarat dari merek yang kuat (Kotler, 2008:32). Jadi sekaligus produsen membuat Citra Merek, citra tersebut akan suka dihapus dari ingatan para konsumen. Jadi dalam membuat Citra Merek, produsen harus pelan-pelan dan teliti agar Citra Merek yang mereka buat mampu menarik dan membuat konsumen selalu ingat akan merek tersebut. Saat konsumen sudah yakin akan image dari suatu produk, maka konsumen akan mulai masuk kepada tahap akhir yaitu tahap keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka dia harus memiliki pilihan alternatif. Menurut Kotler dan Keller (2009:184) proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yakni pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Pada umumnya, Keputusan Pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai (Kotler dan Amstrong, 2008:181). Apabila konsumen merasa puas dengan produk tersebut, maka besar kemungkinan mereka melakukan pembelian ulang, akan tetapi apabila konsumen merasa kurang puas maka mereka akan mencari alternative merek lain.

Keberadaan laptop di lingkungan kampus banyak digunakan untuk kegiatan akademis maupun non akademis. Seperti halnya mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Adi Buana Surabaya Menggunakan laptop untuk menunjang

kegiatan yang berkaitan seperti mengetik, menyiapkan bahan presentasi, membaca dan menyimpan materi kuliah adalah bentuk kegiatan akademis. Akan tetapi banyak juga laptop digunakan untuk kegiatan yang non akademis seperti memainkan game, menonton film dan masih banyak lagi.

Mahasiswa yang mencatat proses dan substansi perkuliahan menggunakan laptop akan lebih mudah ketika ingin bila mempelajari kembali, bila dibandingkan dengan menggunakan cara manual mencatat dalam buku. Di samping hasil belajar, penggunaan laptop juga memberi pengaruh positif karena memotivasi dan membuat mahasiswa lebih tertarik terhadap pembelajaran serta pengajaran lebih efisien. Penggunaan laptop juga menjadikan suasana kelas lebih fleksibel dan menghadirkan suasana personal di dalam kelas. Ketika harus membentuk kelompok diskusi, mahasiswa dengan mudah memindahkan laptop untuk digunakan dalam kelompok. Ketika kuliah berakhir, semua presentasi dan catatan tersimpan rapi di dalam laptop.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Adi Buana ini tidak lepas dari penggunaan laptop dalam kegiatan sehari-hari. Mahasiswa tersebut kebanyakan laptop bermerk Asus, Penggunaan perangkat laptop bermerk Asus ini semakin intensif. Dalam mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Manajemen ini periode terakhir banyak peserta didik terutama di angkatan 2017 keberadaan laptop Asus sangat banyak serta lebih menunjang dalam kegiatan perkuliahan baik di dalam kelas maupun di luar kelas meskipun media yang digunakan seperti komputer, dan mesin ketik masih bisa membantu dalam kegiatan perkuliahan. sehingga tidak dipungkiri lagi mahasiswa banyak yang menggunakan laptop Asus. Dari banyaknya

mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Manajemen angkatan 2017 tentunya banyak juga keberadaan laptop Asus yang dimiliki mahasiswa di lingkungan kampus Fakultas Ekonomi dan Bisnis di PGRI Adi Buana Surabaya. Tentunya banyak manfaat dan hambatan penggunaan laptop dalam kegiatan akademis maupun non akademis mahasiswa.

Berdasarkan uraian tentang latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai: "Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas Adi Buana Surabaya".

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
2. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
3. Apakah Citra Merek dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus pada Mahasiswa

Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap keputusan pembelian laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru untuk pihak-pihak yang dibutuhkan atau yang terkait dengan penelitian ini dan dapat dijadikan pedoman, referensi dan pembandingan untuk penelitian selanjutnya. Serta dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Manfaat Bagi Peneliti**

Penelitian ini sebagai suatu bentuk partisipasi penulis dalam memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran serta menambah wawasan tentang disiplin ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.

b. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada perusahaan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian sehingga akan bermanfaat bagi perusahaan dan mengetahui bagaimana cara menarik konsumen.