

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi zaman sekarang ini berkembang sangat pesat, salah satunya adalah komputer. Komputer merupakan salah satu penemuan yang memudahkan, membantu pekerjaan dengan cepat, dapat menyimpan data-data penting, dapat juga mengolah informasi setelah melalui proses pengolahan data, dan lain-lain. Setiap tahunnya, komputer semakin dikembangkan dan juga perangkatnya lebih di sempurnakan lagi dari sebelumnya, dikarenakan setiap tahunnya teknologi semakin berkembang. Komputer memiliki tiga jenis yaitu, *deksptop*, *laptop*, dan *palmtop*. Adam Osborn adalah penemu kelahiran 17 Mei 1940 yang menemukan efisiensi dari komputer yang dapat dibawa kemana-mana. Adam menciptakan sebuah komputer jinjing atau biasanya kita sebut dengan laptop, Adam memberikan nama pada komputer jinjing dengan nama Osborne 1. Komputer jinjing atau Osborne 1 dirilis pada tahun 1981.

Laptop sangat dibutuhkan oleh konsumen pada saat ini terutama bagi pelajar, mahasiswa, dan para pekerja. Kegunaan laptop sangat mempermudah pekerjaan para konsumen yang membutuhkannya, karena dapat menyimpan data – data penting, menyimpan foto, menyimpan video, bisa di bawa kemana

– mana, bisa membuka jaringan internet, dan banyak lagi kegunaan laptop yang sangat bermanfaat bagi konsumen.

Peningkatan teknologi yang sangat pesat membawa pengaruh dan inovasi yang berbeda-beda pada setiap perusahaan, sehingga timbul sebuah persaingan antar perusahaan yang berlomba untuk menciptakan teknologi yang berguna dan memiliki umur produk yang panjang. Oleh karena itu, penting bagi para pebisnis untuk terus menyanggupi permintaan konsumen yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Diperlukan strategi dan langkah-langkah yang tepat untuk memenangkan kompetisi dengan pesaing bisnis lainnya. Setiap perusahaan akan berlomba untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan menghasilkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang sudah dibuat yang bisa dijangkau oleh konsumen.

Laptop saat ini sudah termasuk kedalam salah satu kebutuhan bagi pelajar dan pekerja, oleh sebab itu dalam perkembangan laptop akan banyak diberikan keunggulan yang berbeda oleh setiap perusahaan pembuat laptop. Setiap perusahaan akan saling bersaing untuk menghasilkan produk yang lebih unggul, kegunaannya untuk mengambil hati para konsumen. Setiap perusahaan memiliki keunggulan yang berbeda-beda, salah satunya akan membuat keunggulan dalam desain laptop, ada yang memiliki keunggulan dalam teknologi laptop berbeda dari yang lain dan ada juga yang memberikan harga yang lebih terjangkau dan memiliki kualitas yang bagus juga. Tidak hanya itu, adanya *brand image* pada suatu produk telah menjadi suatu acuan konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa.

Top Brand Award merupakan suatu penghargaan yang diberikan pada merek—erek terbaik pilihan konsumen dengan melakukan survei secara independen dan hasilnya disiarkan atau dipublikasikan di majalah marketing oleh *Frontier Consulting Group* sehingga konsumen dapat mengetahui merek – merek yang mendapatkan penghargaan tersebut. Berikut ini merupakan data penjualan Laptop merek Asus yang ada di Indonesia menurut *Top Brand Index* seperti pada 1.1.

Tabel 1.1

Data penjualan laptop di Indonesia yang di himpun berdasarkan *Top Brand Index* tahun 2022

Merek Laptop	Penjualan 2022
Acer	27,1%
Asus	24,8%
Lenovo	10,3%
Apple	8,5%
Hp	6%

(sumber: www.topbrand-award.com)

Data *top brand index* di atas merupakan data dari hasil survei yang dilakukan oleh *Frontier Group* di lima belas kota besar di indonesia yakni Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Medan, Palembang, Pekanbaru, Samarinda Balikpapan, Banjarmasin, Makasar, Manado, dan Denpasar. Dan dilakukan secara langsung kepada konsumen dengan melakukan tiga parameter penilaian yakni *Top of Mind Share*, *Top of Market Share*, dan *Top of Commitment Share*, data tersebut menandakan

bahwa nama *brand* produk yang paling banyak diminati serta *brand* yang paling banyak dipilih konsumen untuk di beli. produk yang paling banyak dipilih konsumen berdasarkan ketiga parameter itu akan mendapatkan predikat serta penghargaan dari *top brand award* jika memperoleh *top brand index* minimum sebesar 10% menurut *Frontier Group*.

Laptop merek Asus merupakan salah satu laptop yang sudah cukup dikenal di Indonesia dan telah mendapatkan predikat *top brand* dari lembaga *Top Brand Award*, laptop merek asus tidak perlu diragukan lagi karena telah menjadi produk laptop yang memiliki ketahanan yang sangat baik yang dapat menampung aplikasi besar dan file yang banyak dan juga memiliki desain yang menarik dengan harga yang termasuk kedalam golongan yang bisa dijangkau oleh konsumen. Laptop merek Asus sering digunakan para pelajar dan juga para pekerja, dikarenakan harga yang lebih terjangkau, kegunaan laptop yang tidak kalah jauh bagus dari pada laptop merek lainnya dan juga memiliki garansi 2 tahun.

Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa. Setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda – beda sehingga konsumen akan memulai berpikir seberapa besar pengeluaran yang akan dibayar untuk memenuhi kebutuhannya. Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk/jasa. Setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda beda sehingga, konsumen akan memulai berpikir berapa besar *budget* yang akan dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhannya. Sejalan dengan itu keputusan pembelian

merupakan keputusan tentang apa yang hendak dibeli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan (Schiffman dan Kanuk, 2010).

Mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk diantaranya harga, kualitas produk dan citra merek (Kotler & Armstrong, 2008:129).

Dapat kita simpulkan melalui penjelasan para ahli, bahwa harga memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa.

Presepsi konsumen terhadap harga pada suatu produk tentu saja berbeda karena tergantung dari keinginan konsumen itu sendiri, dan konsumen itu akan tertarik apa bila mendapatkan harga yang lebih pantas. Harga adalah sejumlah uang yang di bebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Armstrong, 2013:151).

Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan gambaran nilai dari suatu barang atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Harga sangat penting, dimana harga juga akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Biasanya semakin mahal harga suatu produk maka semakin bagus produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Tetapi

apabila harga suatu produk tersebut mahal akan lebih sedikit konsumen mengambil keputusan dikarenakan akan semakin banyak pertimbangan yang akan dilakukan sebelum melakukan pengambilan keputusan pembelian. Pengaruh harga sangat kuat dan juga nyata dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, dalam menetapkan harga pada produk perusahaan harus menyesuaikan dengan kualitas yang sudah ditetapkan. Harga yang sudah ditentukan pihak perusahaan harus sesuai dengan kualitas yang sudah ditentukan, karena apabila kualitas produk bagus maka para konsumen tidak akan terlalu berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen.

Dalam penelitian ini peneliti memilih laptop merek asus sebagai objek penelitian dikarenakan bahwa laptop asus memiliki kualitas dan keunggulan dengan ketahanannya yang baik serta perusahaan laptop asus berani memberikan garansi 2 tahun, yang dimana perusahaan lain tidak ada yang memberikan garansi seperti itu. Laptop merek asus juga memberikan harga yang lebih terjangkau dengan manfaat produk yang dimiliki sangat sesuai dengan kebutuhan para mahasiswa sekarang ini. Dalam penelitian ini peneliti memilih variabel harga sebagai variabel bebas karena secara umum merupakan alasan utama untuk konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian, ketika harga yang dibutuhkan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen maka konsumen akan melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul “ **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi** “.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya terdapat beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Mahasiswa akan memperhatikan harga-harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan laptop merek asus, setiap laptop yang di keluarkan perusahaan pasti memiliki berbagai tipe dan keunggulan yang berbeda-beda. Oleh karena itu setiap jenis tipe yang dibuat oleh perusahaan merek asus akan menetapkan harga yang berbeda-beda tergantung dengan jenis tipe pada laptop merek asus tersebut.
2. Harga laptop yang mahal akan cenderung membuat mahasiswa mengambil alternatif lain sebelum melakukan keputusan pembelian laptop yang sesuai dengan manfaat yang dibutuhkan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah saya jelaskan yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini, apakah “ harga memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian konsumen laptop merek asus pada mahasiswa fakultas ekonomi”

1.4 Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop merek asus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi?

1.5 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop merek asus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang diharapkan hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan dalam pengembangan dan dapat menambah wawasan teori pendapatan keluarga, harga, dan manfaat produk terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, perolehan yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam pertimbangan untuk meningkatkan penjualan produk .
- b. Akademis, dapat menjadi suatu referensi dalam melakukan suatu penelitian yang sejenis mengenai gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk.
- c. Peneliti, untuk menambah wawasan mengenai keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk yang dapat dilihat dari pendapatan orang tua, harga, dan juga dilihat dari manfaat produk tersebut.