

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, perkembangan teknologi sendiri merupakan sesuatu yang tidak dapat dipungkiri untuk kehidupan manusia. Seiring dengan berkembangnya teknologi maka ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh manusia pun turut mengalami kemajuan. Teknologi banyak sekali memberikan manfaat positif untuk kehidupan manusia, misalnya semacam memberikan banyak kemudahan dalam melaksanakan banyak hal, serta pula sebagai cara atau metode baru untuk melaksanakan suatu kegiatan. Laptop adalah salah satu contoh produk hasil kemajuan teknologi pada era 4.0 yang telah menjadi semacam kebutuhan keseharian, bagi berbagai golongan, terutama bagi para pelajar, mahasiswa dan insan pendidikan pada umumnya.

Laptop merupakan komputer *portable* yang sangat mudah dibawa berpergian. Pada zaman dahulu, laptop berawal dari penemuan *computer* yang berbentuk sangat besar, namun seiring berkembangnya zaman sehingga terciptalah komputer yang lebih kecil dan tidak mengabiskan banyak tempat. Laptop tadinya hanya menjadi perlengkapan mesin ketik, tetapi saat ini laptop berubah menjadi perangkat yang mempunyai banyak kegunaan antara lain seperti, membantu menyelesaikan pekerjaan lebih

cepat, mencari informasi lewat internet, menambah daya kreatifitas otak dan masih banyak lagi kegunaan yang dimiliki laptop.

Laptop sudah menjadi hal yang umum karena laptop dibutuhkan, bukan hanya sekedar diinginkan. Terutama bagi para pelaku bisnis, pekerja kantoran, pelajar, dosen, dan tidak terkecuali juga oleh Mahasiswa. laptop sangat bermanfaat bagi mahasiswa dalam berbagai hal, seperti mengerjakan tugas kuliah, mencari bahan atau materi perkuliahan, menyimpan data perkuliahan, memperbarui informasi dan pengetahuan, dan masih banyak lagi kegunaan lainnya.

Perkembangan teknologi saat ini semakin meningkat dengan pesat dari waktu ke waktu, dengan meningkatnya pertumbuhan teknologi tersebut mengakibatkan persaingan antar produsen teknologi. Pada dasarnya semakin meningkatnya persaingan tentunya akan membuat semakin banyaknya pilihan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Dengan akibat banyaknya pilihan produk, membuat para pembeli menjadi lebih kritis serta cermat dalam menanggapi setiap produk yang tersedia di pasar, begitu juga dalam memilih merek laptop sampai pada keputusan pembelian.

Keputusan pembelian ialah tahap terakhir pada proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian merupakan cara konsumen mengenali masalah, menemukan informasi, dan mengevaluasi suatu produk tertentu mengenai pemecahan masalah dan berakhir pada keputusan pembelian. Banyak faktor yang menjadi

pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian, antara lain yaitu kualitas produk dan harga. Pada dasarnya tujuan pembeli untuk melakukan atau melaksanakan keputusan pembelian yaitu, agar dapat memenuhi kebutuhan serta keinginannya untuk mendapatkan kepuasan pada pembeliannya. Biasanya dalam melakukan atau melaksanakan pemilihan produk, pembeli akan memilih produk yang dianggap berkualitas baik serta yang memiliki harga terjangkau.

Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsi serta kegunaannya, Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam menunjukkan fungsinya, hal ini termasuk pada keseluruhan, ketahanan, keunggulan, ketetapan, kemudahan dalam pengoperasian, *service* produk dan lainnya. Dengan adanya kualitas produk yang baik serta terpercaya maka pembeli akan selalu mengingat produk tersebut, sehingga kualitas produk tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk.

Selain itu harga juga merupakan salah satu faktor konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2012:410), harga yakni sejumlah uang atau biaya yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa atau jumlah atas suatu nilai yang dapat ditukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki ataupun memakai suatu barang dan jasa. Semakin terjangkau harga suatu produk maka konsumen akan semakin tertarik serta melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Harga memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap keputusan pembelian.

sebab dengan adanya harga yang ditetapkan perusahaan, maka bisa menjadi suatu tolak ukur dalam permintaan terhadap produk. Penetapan harga yang salah akan mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang.

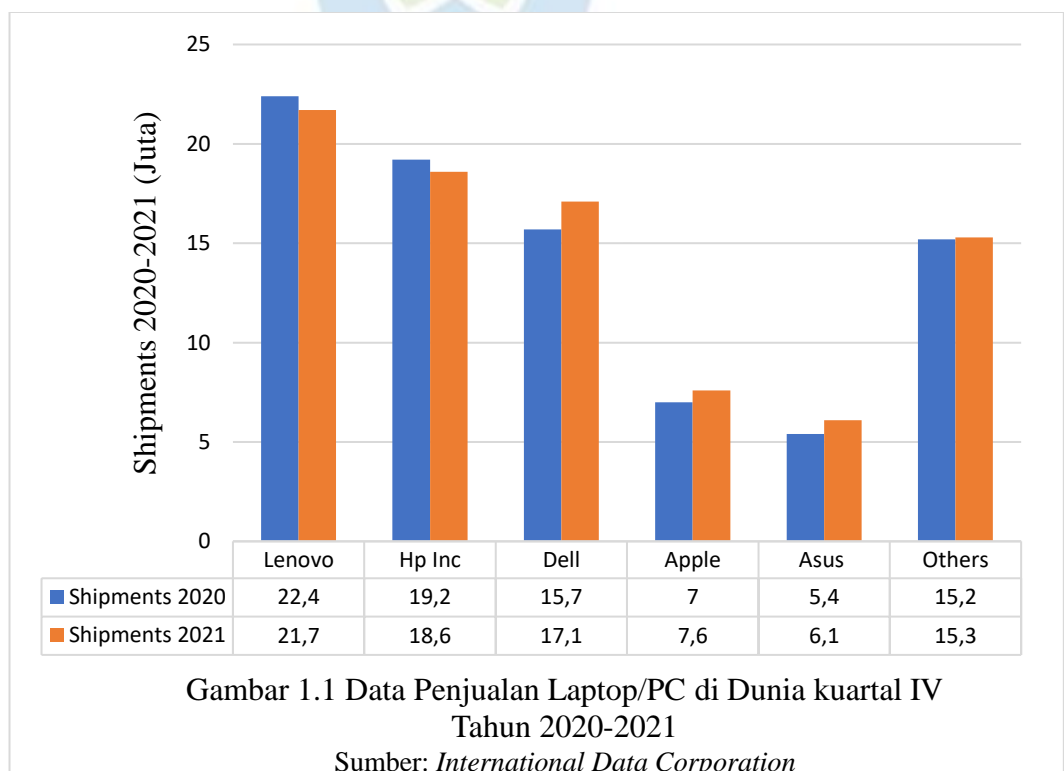
Indonesia saat ini merupakan salah satu pangsa pasar terbesar di dalam industri komputer jinjing ataupun yang sering disebut dengan laptop. Melihat dari seberapa pentingnya laptop bagi masyarakat saat ini menjadikan peluang bagi para produsen laptop untuk menawarkan dan menjual produknya di pasaran. Dengan begitu mengakibatkan timbulnya persaingan antar perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Tingginya persaingan antar perusahaan saat ini mengharuskan setiap perusahaan untuk terus berinovasi dalam menciptakan dan meningkatkan kualitas produk untuk memikat konsumen dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Ada berbagai jenis merek laptop yang beredar di pasar saat ini, mulai dari merek Acer, Asus, Lenovo, Hp Compaq, Toshiba, Dell, dan lainnya. Semua produsen laptop tersebut saling bersaing untuk mendapatkan hati para pembeli dengan menghadirkan produk unggulannya masing-masing, serta seluruh produsen laptop bersaing untuk memperebutkan pasar konsumen di Indonesia dengan berbagai macam jenis trobosan dan inovasi.

Salah satu perusahaan laptop yang bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar di Indonesia adalah laptop merek Lenovo. Laptop merek Lenovo merupakan laptop yang berasal dari Negeri Tiongkok. Keberadaan

laptop Lenovo ini memiliki ciri khas sendiri dibandingkan merek lain, perusahaan Lenovo merupakan produsen komputer yang memang bisnis intinya yaitu komputer. Hal ini yang membedakan dari produsen lainnya, yang mana produsen lain menempatkan laptop hanya sebagai salah satu bagian bisnisnya. Sehingga laptop Lenovo dapat berkonsentrasi di industri ini. selain itu kualitas yang ditawarkan oleh laptop Lenovo seperti, daya tahan keandalannya, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, tidak mudah rusak atau error, ringan untuk dibawa.

Laptop Lenovo merupakan salah satu produsen laptop terbesar di dunia. Hal tersebut dibuktikan dari data penjualan produsen PC/Laptop di dunia pada kuartal empat tahun 2020-2021. Sebagaimana tampak pada Gambar 1.1 dibawah ini:



Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa laptop merek Lenovo menduduki peringkat pertama dalam data penjualan laptop di dunia kuartal empat tahun 2020-2021. Hal itu membuktikan bahwa laptop Lenovo merupakan pangsa pasar laptop terbesar, akan tetapi pada tahun 2021 penjualan laptop Lenovo mengalami penurunan sekitar 0.7%, dan itu menunjukkan bahwa terdapat penurunan penjualan terhadap produk laptop Lenovo yang menjadikan permasalahan bagi perusahaan.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Laptop Lenovo di Bandung pada tahun 2019-2021**

No	Bulan	Penjualan (Unit)		
		2019	2020	2021
1.	Januari	120	143	273
2.	Februari	140	158	243
3.	Maret	145	70	215
4.	April	139	78	170
5.	Mei	130	185	178
6.	Juni	160	210	150
7.	Juli	152	245	137
8.	Agustus	137	254	130
9.	September	168	275	139
10.	Oktober	142	248	153
11.	November	159	280	137
12.	Desember	153	294	155
<b>Total</b>		<b>1.745</b>	<b>2.440</b>	<b>2.080</b>

Sumber: laporan penjualan Laptop Lenovo di Bandung tahun 2019-2021, data diolah peneliti

Pada tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa penjualan Laptop Lenovo di Bandung pada 3 tahun kebelakang mengalami fluktuasi. Mulai dari Januari tahun 2019 sampai dengan Desember tahun 2021.

Berdasarkan fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa akibat dari data penjualan laptop Lenovo yang menurun diduga disebabkan oleh kualitas produk yang kurang meyakinkan, dan juga diduga harganya yang kurang terjangkau oleh konsumen sehingga konsumen beralih ke merek-merek pesaing.

Kualitas produk merupakan faktor penentu dalam keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk yang dijual. Dalam penyampaian informasi mengenai kualitas suatu produk, diperlukannya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk dijadikan sebagai tolak ukur dalam setiap penjualannya. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan Lenovo harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dari kualitas produk tersebut. tetapi kenyataanya produk Lenovo tidak semuanya baik dimata konsumen seperti produk yang tidak sesuai dengan yang dipromosikan oleh Lenovo.

Tidak sedikit perusahaan yang berinovasi dalam meningkatkan keunggulan kualitas produknya, seperti keunggulan dalam refolusi layar, keunggulan dalam hal desain, serta ada juga yang menawarkan harga yang murah namun dengan spesifikasi produk yang baik. Dengan begitu hal tersebut membuat produsen laptop Lenovo terkendala dalam penjualannya.

Melihat dari fenomena yang terjadi, peneliti juga melakukan penelitian pra survey sebagai bahan pijakan untuk melangkah lebih jauh, adapun hasil dari survey yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Hasil Kuesioner Pra Survey pada Laptop Lenovo**

Variabel	Pernyataan	Pilihan Jawaban		Total
		Setuju	Tidak Setuju	
<b>Kualitas Produk</b>	Laptop Lenovo memiliki performance yang menarik	16	14	<b>30</b>
	Kualitas Laptop Lenovo lebih baik dibandingkan merek lain	12	18	<b>30</b>
<b>Harga</b>	Harga yang ditawarkan Laptop Lenovo terjangkau oleh kalangan mahasiswa	13	17	<b>30</b>
	Harga yang ditawarkan Laptop Lenovo sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen	13	17	<b>30</b>
<b>Keputusan Pembelian</b>	Saya membeli Laptop Lenovo sesuai dengan kebutuhan	16	14	<b>30</b>
	Saya berencana akan membeli Laptop merek Lenovo lagi	10	20	<b>30</b>

Sumber: Hasil pengolahan kuesioner diolah oleh peneliti

Dari data dalam tabel di atas, maka berikut kesimpulan yang dapat peneliti uraikan:

1. Mengenai indikator Kualitas Produk, terdapat 16 responden setuju dengan pernyataan bahwa “Laptop Lenovo memiliki performance yang menarik”, sedangkan terdapat 14 responden yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Selanjutnya untuk pernyataan yang



kedua terdapat 12 responden setuju dengan pernyataan bahwa “kualitas Laptop Lenovo lebih baik dibandingkan merek lain”, sedangkan 18 responden menyatakan tidak setuju.

2. Mengenai indikator Harga, terdapat 13 responden setuju dengan pernyataan bahwa “harga yang ditawarkan Laptop Lenovo terjangkau oleh kalangan mahasiswa”, sedangkan terdapat 17 responden yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Selanjutnya untuk pernyataan yang kedua terdapat 13 responden setuju dengan pernyataan bahwa “harga yang ditawarkan Laptop Lenovo sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen”, sedangkan 17 responden menyatakan tidak setuju.
3. Mengenai indikator Keputusan Pembelian, terdapat 16 responden setuju dengan pernyataan bahwa “saya membeli Laptop Lenovo sesuai dengan kebutuhan, sedangkan terdapat 14 responden yang menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Selanjutnya untuk pernyataan yang kedua terdapat 10 responden setuju dengan pernyataan bahwa “Saya berencana akan membeli Laptop merek Lenovo lagi”, sedangkan 20 responden menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul, **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2018-2021)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi masalah pada penelitian ini, antara lain:

1. Penurunan penjualan laptop Lenovo pada tahun 2021
2. Tidak semuanya kualitas produk laptop lenovo baik dimata konsumen
3. Persaingan harga laptop Lenovo dengan laptop merek lainnya dipasaran
4. Laptop Lenovo mengalami penghambatan dalam penjualannya, karena banyak pesaing laptop merek lain yang bisa dibilang, memiliki kualitas produk yang sama namun dengan harga yang lebih murah.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah tersebut, maka muncul beberapa pertanyaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian laptop Lenovo?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat untuk tujuan penelitian di atas. Adapun manfaat dari penelitian ini, adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi peneliti, diharapkan dalam penelitian ini dapat menambah, memperdalam, memberikan serta meningkatkan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti sebagai pengaplikasian ilmu yang peneliti dapat selama perkuliahan.
  - b. Bagi universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan untuk mahasiswa yang ingin melakukan studi serupa baik pada mahasiswa umum, maupun mahasiswa jurusan manajemen konsentrasi pemasaran.

- c. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi perusahaan serta dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengembangkan strategi pemasaran khususnya dalam meningkatkan penjualan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi khalayak, diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya. Serta bagi para pembaca umum dapat memberikan informasi serta wawasan lebih mengenai perusahaan yang bersangkutan.
- b. Untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

