

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kebutuhan akan teknologi semakin berkembang dari waktu ke waktu secara pesat. Sehubungan dengan hal tersebut kebutuhan akan produk teknologi saat ini seolah telah bergeser menjadi kebutuhan primer, seperti halnya kebutuhan akan pangan dan sandang. Kebutuhan akan teknologi menjadi sesuatu yang wajib dimiliki karena teknologi dapat memudahkan konsumen untuk mengakses informasi, melakukan suatu pekerjaan tertentu, atau yg lainnya. Oleh karena itu, kebutuhan terhadap produk teknologi menjadi meningkat. Ditengah persaingan yang ketat tersebut, Asus sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang ilmu pengetahuan. Salah satu produk dari perusahaan Asus tersebut adalah laptop. Laptop merupakan bentuk komputer yang lebih kecil dibandingkan PC, laptop tidak perlu menggunakan monitor dan CPU lagi secara terpisah tetapi di dalam laptop itu sendiri sudah mencakup semua komponen menjadi satu dalam bentuk sebuah laptop. Laptop Asus telah mendapat predikat top brand dari lembaga Top Brand Award, Asus sendiri tidak perlu diragukan lagi, laptop Asus telah menjadi produk laptop dengan ketahanan yang sangat baik seperti motherboard yang tangguh dapat menahan aplikasiaplikasi yang besar serta hard disk yang mampu menampung penyimpanan file-file yang cukup banyak, memiliki desain yang cukup menarik dengan menampilkan laptop yang lebih tipis dibanding dengan produk pesaing dan terlebih lagi laptop Asus memiliki garansi sampai 2 tahun lamanya.

Sebagai alat penunjang dan sarana yang bisa digunakan oleh konsumen dengan memberikan solusi canggih atau meluncurkan produk teknologi baru yang memiliki banyak keunggulan. Dalam hal ini perusahaan mengharuskan untuk melakukan upaya persaingan bisnis yang lebih serius. Hal ini bertujuan untuk memasarkan produknya agar sesuai pemenuhan kebutuhan pasar khususnya di Indonesia. kecenderungan konsumen akan laptop dengan harga yang murah juga dapat timbul masalah setelah pemakaiannya seperti spesifikasi yang kurang baik, tingkat ketahanan laptop pada aplikasi yang cukup besar dan banyak file yang di simpan menyebabkan menurunnya performa hard disk. Persaingan yang semakin ketat mengharuskan perusahaan laptop harus terus mengembangkan produknya dan menyesuaikan jenis laptop yang menjadi kebutuhan para konsumen dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan dan spesifikasi dari produknya untuk dapat menarik minat konsumen untuk membeli produknya. Untuk dapat menarik minat konsumen dalam membeli suatu produk di tengah persaingan yang ketat ini, maka perusahaan harus memperhatikan diantaranya yakni kualitas produk dan harga.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsifungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler, 2008) dalam Amalia dan Oloan (2017). Kualitas produk yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli, karena konsumen menginginkan membeli produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik pastinya akan mempermudah konsumen dalam pengambilan keputusan dalam membeli sebuah produk (Alam, 2020).

Selain itu harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya. Informasi mengenai produk yang didapat akan kemudian mengarah kepada keputusan pembelian konsumen (Qazzafi, 2019). Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Menurut Setyo (2017:758) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sebuah produk atau jasa yang memiliki manfaat saat konsumen memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Konteks subjek penelitian ini adalah para mahasiswa pengguna laptop yang berdomisili di Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyaan Baitul Hamdi Yogyakarta. Pesantren tersebut sebagai tempat pengembangan bagi mahasiswa yang menempuh studi di berbagai perguruan tinggi di Yogyakarta. Pendirian pondok pesantren tersebut dilandasi pemikiran bahwa mereka nantinya diharapkan banyak memegang peranan penting. Sedangkan di perguruan tinggi masing-masing tempat para mahasiswa menuntut ilmu porsi pembinaan moral, spiritual dan karakter mental berbasis keilmuan dirasakan masih kurang. Kegiatan di pondok pesantren mewujudkan generasi yang mempunyai penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbudi pekerti luhur, serta memiliki kepribadian dengan nilai-nilai keimanan. Di Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyaan Baitul Hamdi

Yogyakarta terdapat 2 golongan santri, yaitu Santri mahasiswa dan mahasiswi yang tinggal di pesantren namun mengikuti perkuliahan di luar pesantren, mereka tinggal di pesantren untuk mempelajari agama. Serta Santri pesantren luar komplek yang mereka tinggal diluar pesantren namun tetap mempelajari agama dalam pesantren. Penelitian ini dilakukan pada para santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) ArRoyyaan Baitul Hamdi Yogyakarta.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Asus Pada Konsumen Santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyaan Baitul Hamdi Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dirasakan bagi peneliti dan juga bagi pembaca, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademik untuk mengembangkan penelitian, serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Disamping itu juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

b. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman, wawasan dan ilmu pengetahuan yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis penulis kedepannya.

c. Bagi pelaku usaha

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat bagi para pemasok produk yang memasarkan produknya. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat.

