

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tahun 2022 ini yang menuju Era *Society* 5.0 ini perkembangan di bidang teknologi informatika sangat pesat, teknologi yang telah berkembang sangat membantu dalam hal memudahkan kehidupan manusia dalam beraktifitas sehari-hari. Era *Society* 5.0 ini menghilangkan perbedaan kesenjangan dalam masyarakat, usia, jenis kelamin dan bahasa, dan menciptakan nilai baru dengan menyediakan produk dan layanan yang secara khusus disesuaikan dengan kebutuhan individu yang beragam dan kebutuhan banyak orang. Tren pendidikan di Indonesia saat ini adalah pembelajaran daring, hal ini disebabkan karena pandemi belum sepenuhnya dapat diredam. Pembelajaran online memfasilitasi guru dan murid untuk tetap terhubung dan melakukan proses pendidikan dan pembelajaran sesuai kebutuhan.

(Sumber : <https://www.kemendiknas.go.id/pendidikan-berperan-penting-dalam-menyongsong-smart-society-50>)

Era *Society* 5.0 masing - masing di telinga masyarakat sehingga masih ada yang belum memahami pentingnya era *Society* 5.0 dan banyak yang belum menyiapkan apa yang diperlukan untuk menyambut era *Society* 5.0. Yang perlu disiapkan Indonesia untuk era *Society* 5.0 adalah sarana dan prasarana. Oleh karena itu pemerataan teknologi sangat penting untuk menunjang pendidikan, salah satu barang yang dibutuhkan adalah laptop, *brand* laptop juga mulai banyak

namun salah satu *brand* yang digemari dikalangan mahasiswa adalah Asus. Hal ini akan membawa dampak yang cukup besar terhadap perusahaan Asus karena semakin banyaknya masyarakat yang melakukan pembelian barang. Hal ini bisa dilihat dari naiknya penjualan laptop dari tahun 2010 sampai 2020.



Gambar 1.1 Penjualan Laptop Merek Asus Dari April 2020 Sampai April 2021

Sumber Gambar : <https://pemmzchannel.com/2021/06/04/asus-masih-pimpin-pasar-laptop-konsumen/>



Gambar 1.2 Data Naiknya Harga Bitcoin Dari 2011 Sampai 2022

Sumber Gambar : <https://blockchainmedia.id/menakar-kenaikan-harga-bitcoin-setelah-bitcoin-halving-2020/>

Berdasarkan gambar 1.2 bisa dilihat naiknya harga *Bitcoin* dari tahun ke tahun, naiknya harga *Bitcoin* ini menyebabkan orang-orang untuk memulai *Mining Bitcoin (Crypto Mining)* yang membutuhkan komponen komputer yang memiliki spesifikasi yang tinggi. Semakin tingginya *demand* dari komponen komputer ini terutama *VGA Card*, hal ini membuat naiknya harga komponen komputer yang melambung tinggi, karena naiknya harga komponen komputer ini banyak orang yang mulai berpindah ke laptop karena laptop memiliki harga yang jauh lebih terjangkau jika di kalkulasikan ketimbang komputer *dekstop*. Semakin majunya perkembangan zaman di Era *Society 5.0* di ikuti juga dengan perkembangan di dunia pendidikan, dan juga semakin banyaknya tugas pelajar membuat laptop menjadi kebutuhan yang wajib bagi pelajar, mulai dari siswa sampai mahasiswa pun membutuhkan laptop untuk membantu dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan, oleh karena itu pembelian laptop dikalangan siswa dan mahasiswa juga meningkat. Hal ini juga menimbulkan pertanyaan bagi mahasiswa yang ingin membeli laptop, pada umumnya mahasiswa akan membeli laptop sesuai dengan budget yang mereka sediakan, namun mahasiswa tidak memperhatikan spesifikasi dari laptop yang akan dibelinya, hal ini mungkin tidak di permasalahan bagi beberapa mahasiswa, tapi spesifikasi laptop yang sesuai dengan kebutuhan bisa lebih mempermudah kita dalam kebutuhan sehari-hari.

Laptop itu sendiri adalah komputer *dekstop* yang memiliki layar, *keyboard*, dan *mouse pad* yang terintegrasi pada laptop sehingga bisa dibawa kemana-mana secara *portabel* karena memiliki ukuran yang kecil dan berat yang relatif ringan. Berat sebuah laptop tergantung pada ukuran, dimensi, bahan, dan

spesifikasi dari laptop itu sendiri. Sumber listrik utama dari laptop berasal dari baterai yang dapat di isi ulang, laptop pada umumnya bisa bertahan antara 4 sampai 6 jam, tapi karena semakin majunya perkembangan teknologi laptop keluaran terbaru bisa bertahan sampai 8 sampai 10 jam. Fungsi laptop sebenarnya sama dengan komputer (*desktop pc*), hanya saja laptop memiliki keunggulan bisa dibawa kemana-mana secara *portable* sehingga fitur inilah yang membuat laptop banyak diminati mulai dari siswa, mahasiswa sampai kalangan pekerja. Komponen yang terdapat pada laptop juga sama dengan komputer (*desktop pc*) namu semua komponen diperkecil dan disatukan dalam satu *motherboard*, dijadikan lebih ringan, hemat daya, dan lebih tidak panas.

(Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Laptop>)



Gambar 1.3 Top Brand Laptop Tahun 2021

Sumber Gambar : <https://selular.id/2021/08/top-5-laptop-favorit-masyarakat-indonesia-di-2021/>

Berdasarkan dari gambar 1.3 dalam penghargaan *Top Brand Award 2021* laptop merek asus berada di puncak untuk *top brand* pada tahun 2021, hal ini dikarenakan Asus mulai memproduksi laptop dengan layar *OLED* yang berbeda dari laptop-laptop di pasaran, Laptop Asus yang sudah menggunakan layar *OLED* memiliki kualitas visual yang jauh lebih baik dari laptop yang masih menggunakan layar *IPS LCD*, laptop Asus yang menggunakan layar *OLED* ini memiliki dapat menampilkan warna yang banyaak dan akurat dibandingkan dengan laptop lain.

Laptop keluaran terbaru sudah banyak yang menawarkan fitur masing-masing yang sesuai dengan kebutuhan dan harga yang bervariasi sesuai dengan spesifikasi dan kualitas laptop, sehingga konsumen memiliki pilihan yang sangat banyak dalam mengambil keputusan saat membeli laptop. Salah satu dari beberapa *brand* laptop yang cukup populer digunakan oleh kalangan mahasiswa yaitu Asus, hal ini dikarenakan Asus menyediakan banyak opsi laptop yang bisa dipilih oleh mahasiswa mulai dari layar 14 inch sampai 15 inch yang memiliki tampilan ringkas.

Laptop yang ditawarkan oleh Asus memiliki fitur unggulan masing-masing sehingga konsumen dapat memilih sebuah laptop yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Gaya hidup sangat berkaitan dengan kondisi sosial untuk memenuhi kebutuhan untuk bermasyarakat dan bersosialisasi dengan orang lain, hal ini dilakukan untuk merefleksikan citra diri dalam status sosial. Menurut (Philip Kotler, 2012:192) Gaya hidup adalah cara hidup seseorang di dunia, yang tercermin dalam aktivitas,

minat, dan pendapatnya. Gaya hidup menggambarkan semua orang yang berinteraksi dengan lingkungan. Dari penelitian Agus Nurofik (2012) dengan judul “Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Siswa SMKN 1 Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman” menunjukkan bahwa aktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan minat dan opini berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Gaya hidup juga berpengaruh dalam bagaimana seseorang ingin dipandang oleh orang lain, sehingga gaya hidup ini berkaitan dengan bagaimana seseorang membentuk *image* nya di mata orang lain yang berkaitan dengan status sosial yang ia sandang. Untuk membentuk *image* seseorang membutuhkan barang-barang tertentu seperti laptop tertentu yang merefleksikan image yang ingin dia buat.

Konsumen akan menemukan laptop yang sesuai berdasarkan gaya hidupnya, faktor lain yang sangat penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Menurut (Manap, 2016:289) Harga, nilai dan *utility* adalah konsep yang koheren, utilitas adalah atribut yang terkait dengan item yang memungkinkan item untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Penelitian Ahmad Nazarudin (2019) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian sedangkan harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tujuan konsumen melakukan pembelian adalah untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan agar mendapatkan kepuasan dalam pembelian sebuah produk. Pada dasarnya konsumen akan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harga yang sudah disediakan oleh penjual dan memastikan kualitas produk yang sesuai dengan apa yang konsumen inginkan. Penetapan harga yang tepat juga akan menarik minat konsumen untuk melihat sebuah produk, apabila harga sesuai dengan kebutuhan dan spesifikasi maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Konsumen akan memilih sebuah produk ketika harga sesuai dengan kualitas produk, maka hal lain yang di perhatikan adalah kualitas dari sebuah produk yang akan di beli. Menurut (Philip Kotler, 2012:283) Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan kemampuan perbaikan produk, dan karakteristik produk lainnya. Kualitas produk inilah yang mempengaruhi konsumen untuk memilih sebuah produk untuk dibeli, karena konsumen pasti akan memperhatikan kelebihan dan kekurangan dari produk yang akan dibelinya. Dari penelitian Nika Irawati dengan judul “Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kepuasan Pembelian Laptop Asus” menunjukkan hasil bahwa keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian laptop Asus. Dari penelitian tersebut bila kualitas produk sesuai dengan ekspektasi konsumen maka keputusan pembelian akan meningkat. Kualitas produk dari sebuah laptop bisa dilihat dari

kekurangan dan kelebihan dari sebuah laptop. Kelebihan dari sebuah laptop dari penghargaan-penghargaan dan spesifikasi yang diraih oleh laptop itu sendiri, begitu juga dengan kekurangan dari sebuah laptop juga bisa dilihat dari kemampuan dari laptop menjalankan keperluan sehari-hari dan *benchmark*. Konsumen akan memilih laptop yang memiliki kualitas yang sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh penjual.

Konsumen akan memutuskan untuk membeli sebuah produk setelah melakukan perbandingan dengan produk lain, konsumen akan memilih produk yang di sukai berdasarkan kualitas dari sebuah produk ataupun harga dari produk itu sendiri sesuai dengan apa yang konsumen inginkan dan butuhkan. Menurut (Alma, 2014:96) Keputusan pembelian adalah pilihan konsumen, dipengaruhi oleh ekonomi, keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang dan proses, dan oleh karena itu. Klaim untuk membentuk konsumen sikap. Kemudian menarik kesimpulan berupa respons yang menunjukkan produk mana yang akan dibeli. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Andre Chrisdian (2019) dengan judul “Pengaruh Keyakinan, Persepsi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Fatah Palembang” hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik mengambil judul:
“Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang Program Studi Manajemen”

1.2 Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini terfokus pada satu permasalahan, maka perlu adanya batasan masalah dalam penelitian ini dengan pembatasan masalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini berfokus pada Manajemen Pemasaran khususnya pada keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.
- b. Pengaruh gaya hidup, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, maka permasalahan yang di angkat di penelitian ini adalah :

- a. Apakah terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.

- b. Apakah terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.
- c. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Asus pada Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang program studi manajemen semester 8.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis:
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait laptop merek Asus.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memotivasi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan proses penelitian dan pembelajaran. Selanjutnya mendorong peneliti untuk lebih aktif dan terlibat secara mendalam.
- c. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan kajian bagi peneliti-peneliti lainnya termasuk perguruan tinggi, lembaga pendidikan lainnya, dan lembaga swadaya masyarakat untuk dipelajari.

2. Manfaat praktis:

- a. Bagi ITB Widya Gama Lumajang
Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi, perkembangan ilmu Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang khususnya dibidang manajemen pemasaran.
- b. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu bagi peneliti dan sebagai pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori yang telah diperoleh diperkuliahan.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan memotivasi peneliti lain untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan tema ini dan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain.