

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi sekarang ini, komputer bukan lagi merupakan barang mewah melainkan telah menjadi suatu kebutuhan dalam aktivitas masyarakat pada umumnya. Laptop tidak lagi hanya dimiliki oleh kalangan tertentu saja tapi juga sudah merambah semua kalangan masyarakat, termasuk pelajar/mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan banyaknya produk laptop yang dipasarkan dengan berbagai merek dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Adapun merek-merek yang bersaing misalnya Acer, Thosiba, Asus, Dell, dan lain sebagainya,

Semakin mudahnya produk laptop didapatkan di pasar, semakin meningkatkan jumlah pengguna laptop yang ada di Indonesia. Masyarakat sekarang ini semakin dinamis sehingga memicu minat mereka memiliki laptop sebagai sarana kerja maupun sarana hiburan. Harga yang semakin mudah dijangkau pun menjadikan para konsumen semakin berminat untuk memiliki laptop, selain dari segi kualitas yang pada dasarnya tidak berbeda jauh.

Besarnya tingkat penggunaan laptop di Indonesia, yang salah satu di antaranya yaitu Acer, membuat peneliti merasa perlu untuk meneliti hal apakah yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain dan citra merek sebagai variabel yang akan diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen yang dilakukan konsumen merupakan hasil dari proses pengenalan dan pengevaluasian konsumen terhadap suatu produk. Proses pengenalan dan pemilihan terhadap produk diawali dengan adanya pengaruh rangsangan (stimuli) dari luar diri konsumen baik itu rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungan yang lain. Rangsangan tersebut kemudian diolah dalam diri sendiri sesuai dengan karakteristik pribadi konsumen tersebut hingga pada akhirnya sampai pada proses pengambilan keputusan.

Desain adalah salah satu pertimbangan oleh konsumen yang meliputi bentuk, inovasi, dan fungsional. Desain yang menarik akan semakin membuat konsumen tertarik pada produk tersebut, yang mengakibatkan munculnya keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang terjadi akan mempengaruhi penjualan dan *market share*

Citra merek merupakan persepsi ataupun pandangan konsumen terhadap suatu perusahaan atau produknya. Citra merek ini akan memberi pengaruh yang kuat bagi keputusan pembelian konsumen, dimana konsumen akan beranggapan bila sebuah produk telah memiliki nama yang dikenal luas otomatis produk yang dihasilkan biasanya memiliki kualitas yang bagus.

Bagi mahasiswa Universitas Negeri Medan khususnya Fakultas Ekonomi, laptop merupakan sarana belajar yang penting dalam membantu kegiatan proses perkuliahan, terlebih lagi bila ada tugas yang mengharuskan mahasiswa untuk mengerjakannya secara komputerisasi. Selain itu laptop juga sering digunakan sebagai sarana komunikasi multimedia lewat jejaring sosial. Dari hasil

pemantauan peneliti secara langsung, laptop merek Acer merupakan produk yang banyak digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana desain dan citra merek mampu mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti” **Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh desain dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, maka penulis melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini yakni pada ” Pengaruh Desain Dan

Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan”

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka penulis menentukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
2. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?
3. Bagaimana pengaruh desain dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop merek Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan,

1. Untuk mengetahui pengaruh desain terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

3. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh desain dan citra merek terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Manfaat yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian ini adalah bertambahnya pengetahuan dan wawasan peneliti

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan ACER sendiri penelitian ini bermanfaat sebagai bahan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan inovasi

3. Bagi Lembaga Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan bacaan dan literatur perpustakaan Universitas Negeri Medan di bidang penelitian.

4. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan studi pustaka bagi peneliti lain yang ingin meneliti dan mengembangkan topik yang serupa di masa yang akan datang.