BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industry elektronik di Indonesia sekarang ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Dalam hal ini banyak dari kalangan produsen sedang berlomba – lomba untuk menyediakan barang elektronik yang dapat memenuhi permintaan dari konsumen. Dari banyak barang elektronik yang ditawarkan salah satu barang yang menjadi incaran bagi konsumen di Indonesia adalah komputer. Tidak dapat dipungkiri penggunaan komputer saat ini sangat amat dibutuhkan terlebih di Indonesia sedang mengalami masa peralihan dari penggunaan kertas ke digital Satrio dan Rachmi Adiarsi (2019).

Perubahan zaman juga akan mempengaruhi kecanggihan teknologi seperti yang terjadi pada komputer Ekasari dan Hartono (2015). Seiring berjalannya waktu dan semakin tingginya tingkat mobilitas manusia, maka konsumen sendiri memerlukan barang yang dapat menunjang tingkat mobilitas mereka. Semakin berkembangnya teknologi dan bertambahnya permintaan konsumen maka dibuatlah komputer jinjing atau yang biasa disebut laptop. Permintaan konsumen yang semakin bervariasi membuat perusahaan elektronik lebih gencar dalam menambahkan fitur – fitur dan spesifikasi yang diharapkan dapat memenuhi permintaan dari konsumen

sendiri. Oleh karena itu terjadi persaingan antara merek – merek laptop yang ada di pasaran seperti Macbook Apple, Asus, Acer, Lenovo dll.

Keanekaragaman produk laptop yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identifikasi dalam pengambilan keputusan saat menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk laptop yang ideal. Persaingan pada produk laptop ini akan terus berlanjut dan merek – merek baru pun akan terus bermunculan dengan fitur baru dan variasi baru Satrio dan Rachmi Adiarsi (2019).

Dalam pemasarannya, konsumen memiliki banyak opsi pada produk laptop karena terdapat bermacam merek untuk dipilih oleh konsumen. Dalam hal ini membangun citra merek pada sebuah produk sangatlah penting. Perusahaan harus dapat dengan baik karena konsumen akan mempertimbangkan keputusan mereka apabila produk tersebut memiliki citra yang tidak baik. Citra merek adalah apa yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah merek Lasander (2013). Citra merek sendiri mempresentasikan persepsi yang bisa mencerminkan kenyataan objektif ataupun tidak. Citra yang terbentuk inilah yang akan mendasari minat beli dari konsumen, baik dalam hal pembelian atau bahkan loyalitas merek.

Fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini yaitu pengaruh gaya hidup dalam menentukan keputusan pembelian. Gaya hidup mempengaruhi tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pembelian dan penggunaan dari produk yang mereka beli. Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan

sekunder manusia yang bisa berubah tergantung jaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya Ekasari dan Hartono (2015). Gaya hidup manusia akan terus berubah dengan semakin berkembangnya zaman. Dengan hal ini, gaya hidup akan berpengaruh dalam pembelanjaan barang yang akan dikonsumsinya.

Dalam proses konsumsinya, kualitas produk merupakan salah satu variabel yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Kotler dan Keller (2009: 143) dalam Dianah dan Welsa (2017) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan totalitas dari sebuah produk yang sesuai kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Persaingan seperti sekarang ini perusahaan harus dapat menawarkan produk mereka dengan kualitas yang baik, karena dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan mempertimbangkan produk yang akan dipilih.

Pada penelitian terdahulu terdapat faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah citra merek, gaya hidup dan kualitas produk. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti mengangkat judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Macbook Di Surakarta”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ada maka rumusan masalah yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli produk Macbook di Surakarta?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap Minat Beli produk Macbook di Surakarta?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk Macbook di Surakarta?

C. Tujuan penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada maka dapat disimpulkan bahwa penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli produk Macbook di Surakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap minat beli produk Macbook di Surakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk Macbook di Surakarta

D. Manfaat Penulisan

Berdasarkan tujuan penulisan diatas Adapun manfaat penulisan yang diharapkan sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Setelah mendapatkan hasil dari sebuah penelitian diharapkan hasil tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah landasan untuk media pembelajaran secara lebih lanjut. Namun disamping itu hasil dari penelitian tersebut dapat dijadikan nilai tambahan dalam ilmu pengetahuan ilmiah di dalam suatu bidang Pendidikan Indonesia.

2. Manfaat praktis

a. Bagi universitas

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian.

b. Bagi pembaca

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan acuan atau rujukan dalam membuat sebuah karya tulis terutama dalam menentukan keputusan pembelian.