

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dan bertambah maju, hal ini menyebabkan kondisi persaingan dunia bisnis semakin ketat. Mengakibatkan setiap perusahaan dituntut untuk selalu kreatif dan berinovasi dengan produk yang dimiliki, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kebutuhan akan teknologi bagi kalangan masyarakat saat ini merupakan hal yang penting, salah satunya laptop.

Laptop tidak hanya digunakan untuk menyimpan data ataupun untuk mengetik tulisan, saat ini laptop merupakan benda yang sangat membantu untuk menyelesaikan pekerjaan, menyelesaikan tugas, bahkan untuk menghasilkan uang. Mulai dari para pelajar, karyawan, guru, dosen, perusahaan, dan mahasiswa, yang menggunakan laptop.

Covid-19 (*Coronavirus Disease 2019*) pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Virus ini menyebar dengan sangat cepat dan hanya dalam beberapa bulan, menyebar ke hampir semua negara termasuk Indonesia. dan telah ditetapkan sebagai bencana nasional non alam di Indonesia oleh Presiden Joko Widodo. Beberapa cara yang dilakukan guna mengatasi penyebaran Covid-19 dengan memakai masker, menjaga kebersihan dengan mencuci tangan, menjaga jarak, dan juga pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). (www.alodokter.com, 2019).

Dimana hal ini membawa perubahan pada pola hidup masyarakat dan banyak kegiatan yang harus dilakukan dari rumah, seperti bekerja serta belajar dari rumah dengan jarak jauh. Laptop salah satu alat penunjang dari kegiatan tersebut. Pada tahun 2020 di kala masa pandemi covid-19 industri laptop mengalami peningkatan penjualan mencapai 79,2 juta unit, angka tersebut dinilai sebagai pertumbuhan tertinggi di industri laptop dalam 10 tahun terakhir. (Ikhsan, 2020).

Saat ini banyak merek laptop yang dipasarkan terutama di Indonesia, mulai dari laptop Lenovo, HP, Acer, Asus, Apple, Thosiba, Samsung, Dell, dsb. Hal tersebut membuat konsumen harus pandai dan lebih cermat lagi dalam menentukan pilihan untuk melakukan pembelian produk laptop, dengan banyak merek laptop yang ada maka konsumen bisa memilih produk laptop yang sesuai dengan kebutuhannya.

Asus ialah salah satu perusahaan pembuat perangkat komputer terbesar di dunia. Perusahaan asal Taiwan ini telah mulai beroperasi sejak tahun 1989 yang dimulai dengan 4 orang insyinyur komputer, yaitu Wayne Hseeih, Ted Htsu, M. Liao dan The Tung. Keempat insyinyur tersebut mempunyai tujuan serta cita-cita yang sama untuk memajukan industri teknologi Informasi di Taiwan. Awal mulanya mereka memilih nama "Pegasus" yang diambil dari nama pada mitologi Yunani. Setelah itu terjadi perubahan nama hingg menjadi asus. (Umara, 2020)

Bermula dari pembuatan *motherboard*, sehingga membuat perusahaan ini sukses besar. Dengan terus berkembangnya perusahaan asus ini, bisa memiliki

beberapa produk yang mereka buat, diantaranya *motherboard*, *graphic card*, dan *notebook*. Banyaknya pesaing dari asus dalam industri laptop.

Sehingga saat ini asus dapat bersaing dengan merek lain pada pangsa pasar laptop karena terkenal dengan *motherboard* yang tangguh, *advantages* yang jelas, harga yang relatif terjangkau, serta garansi yang di berikan kepada konsumen lebih lama yaitu selama 2 tahun, dibanding merek lain yang hanya memberikan garansi selama 1 tahun. Sehingga banyak kalangan yang merekomendasikan merek ini. (Umara, 2020)

Data yang disajikan oleh *Top Brand Award* Indonesia, menunjukkan bahwa ada tiga merek vendor laptop dalam penjualan laptop Pada tahun 2020-2021.

Tabel 1. 1
Top Brand Index Laptop/Notebook Tahun 2020-2021

<i>Brand</i>	<i>Top Brand Index 2020</i>	<i>Top Brand Index 2021</i>
Asus	27.4%	27.7%
Acer	19.8%	22.9%
HP	10.2%	10.3%

Sumber : (www.topbrandaward.com, 2021)

Berdasarkan data *Top Brand Index*, Asus mengalami peningkatan sebesar 0,3 % tahun 2020-2021, sedangkan Acer mengalami peningkatan sebesar 3,1% dan HP mengalami peningkatan sebesar 0,1%. Walaupun Asus hanya mengalami peningkatan sebesar 0,3% dibanding Acer 3,1%, tetapi Asus berhasil menduduki peringkat pertama di *Top Brand Index* Indonesia pada tahun 2020 dan 2021. Hal

ini menunjukkan bahwa brand Asus tetap diminati oleh masyarakat pada saat masa pandemi covid-19.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2008), dalam Kusuma, (2021), kualitas produk merupakan karakteristik barang ataupun jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan/ kemauan, yang terdiri dari energi tahan, keandalan, akurasi, kemudahan pengoperasian, serta ciri yang lain.

Sementara itu menurut Ferdinand, (2006) dalam Panjaitan, (2016), menjelaskan bahwa harga ialah salah satu variabel penting dalam pemasaran, harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian sesuatu produk, harga yang murah hendak menampilkan kalau harga yang rendah ataupun harga yang senantiasa berkompetisi ialah salah satu faktor berarti buat tingkatkan kinerja pemasaran, namun alasan psikologis bisa menampilkan bahwa harga justru merupakan penanda mutu serta sebab itu dirancang selaku salah satu instrumen penjualan sekalian selaku instrumen kompetisi yang memastikan.

Menurut Kotler, (2015:36) dalam Almas (2021), menyatakan bahwa konsumen yang puas merupakan pelanggan yang hendak berbagi kepuasan dengan produsen ataupun penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas hendak berbagi rasa serta pengalaman dengan pelanggan lain. Oleh sebab itu, baik pelanggan maupun konsumen akan sama- sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi.

Menurut Sugiyono (2015), dalam Almas (2021), bahwa variabel moderating dilakukan untuk menguji interaksi maupun dengan nilai selisih mutlak absolut mempunyai kecenderungan akan terjadi multikolinearitas yang tinggi

antar variabel independen dan hal-hal ini akan menyalahi asumsi klasik dalam regresi *ordinary least square* (OLS). Dengan kata lain ialah moderating adalah sebuah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara satu variabel dengan variabel lain.

Dalam penelitian yang dilakukan Geger Aji Nugroho, SL Triyaningsih, dan Edi Wibowo (2016), yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Ekuitas Merek Sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pembeli Handphone Samsung Android di Matahari Singosaren Surakarta). Penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Samsung bersistem android di matahari singosaten Surakarta, dan hasil uji selisih mutlak diperoleh hasil bahwa ekuitas merek tidak memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Samsung bersistem android di matahari singosaren Surakarta.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Diansyah. (2016), dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Lenovo Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Moderating Hasil penelitian ini ialah bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan inovasi produk tidak signifikan sebagai moderating terbukti memperlemah pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian Dea Amanda Almas (2021), yang berjudul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan *Perceived Value* Sebagai Variabel Moderating Pada Koetaradja *Coffee* Binjai. Bahwa hasil penelitiannya ialah Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan konsumen pada Koetaradja *Coffee* Binjai, dan *Perceived value* mampu memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Koetaradja *Coffee* Binjai.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Pengguna Laptop Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, diketahui bahwa terjadi peningkatan penjualan yang signifikan pada industri laptop selama masa pandemi covid-19, dapat di rumuskan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pengguna laptop Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang?
2. Bagaimana kualitas produk di moderating variabel harga terhadap kepuasan konsumen pada pengguna laptop Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisa dan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Studi Pada Pengguna Laptop Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang?
2. Untuk menganalisa dan mendeskripsikan pengaruh kualitas produk di moderating harga terhadap kepuasan konsumen Studi Pada Pengguna Laptop Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang?

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk membah ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama atau sejenis.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Semarang

Sebagai tambahan literatur perpustakaan di bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan yang bermanfaat serta informasi bagi perusahaan dalam mengetahui kualitas produk di konsumen, harga, dan kepuasan konsumen pada pengguna laptop asus mahasiswa fakultas ekonomi universitas muhammadiyah semarang, sehingga perusahaan dapat melakukan sebuah inovasi produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran pada penelitian ini, yang di bahas dalam setiap bab, adapun sistematika penulisan yaitu:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab satu ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan. Latar belakang untuk memberikan landasan pemikiran secara garis besar secara teoritis maupun berdasarkan fakta. Rumusan masalah untuk memberikan pernyataan tentang keadaan, fenomena atau jawaban melalui suatu penelitian. Tujuan penelitian untuk mengetahui hal yang ingin dicapai melalui penelitian ini. Kegunaan penelitian untuk mengetahui kontribusi dan hasil penelitian. Sistematika penelitian untuk mengetahui gambaran singkat dari mengenai isi dari bab pendahuluan sampai penutup.

Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab dua ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Landasan teori sebagai dasat pemikiran dalam pembahasan masalah yang diteliti. Penelitian terdahulu berguna sebagai acuan untuk melakukan penelitian serta membantu dalam berfikiran secara sistematis, dan hipotesis untuk memberikan gambaran tentang jawaban sementara dari masalah dalam penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab tiga ini berisi tentang variabel-variabel dalam penelitian ini yang selanjutnya harus dapat didefinisi secara lebih operasional. Pendefinisian

variabel harus mendasarkan pada apa yang sudah dideskripsikan dalam tinjauan pustaka. Populasi, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, jenis dan sumber data untuk mendeskripsikan tentang jenis metode pengumpulan data berisi tentang metode pengambilan dan penelitian yang digunakan. Metode analisis untuk mengetahui tentang model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab empat ini berisi tentang Hasil penelitian, pengamatan dan pembahasan dari penelitian ini yang disajikan menurut topik dan sub topik penelitian.

Bab V Penutup

Dalam bab lima ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan Menyajikan secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan, kesimpulan harus sesuai dengan masalah, tujuan dan hipotesis yang diajukan dalam bab-bab sebelumnya. dan saran memberikan anjuran yang disampaikan kepada pihak yang terkait dengan hasil penelitian. Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan.