

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia pemasaran, saat ini merek telah menjadi komponen yang sangat penting. Persaingan yang semakin kompetitif menuntut para pemasar untuk dapat mempunyai merek yang kuat. Merek atau *brand* memiliki arti yang sangat penting bagi sebuah produk atau jasa, karena tanpa merek atau *brand*, suatu produk pasti akan mengalami hambatan di pasaran. Meskipun laris maka belum tentu produk tersebut dapat bertahan lama dipasaran dan membangun merek sama sulitnya dengan membesarkan perusahaan.

Pada era perkembangan informasi dan teknologi saat ini, munculnya inovasi-inovasi terbaru yang dapat membuat suatu merek atau *brand* dari produk atau jasa semakin kuat dalam bersaing dengan pesaingnya yang mengakibatkan persaingan dunia bisnis dan dunia pemasaran semakin ketat. Setiap perusahaan harus menciptakan sebuah inovasi yang terbaik agar produk dan jasa yang ditawarkan berbeda dengan pesaingnya dan tentunya dapat menimbulkan kepercayaan pada konsumen agar tetap menggunakan produk atau jasa yang di berikan oleh suatu perusahaan. Salah satu perkembangan inovasi suatu produk yang bisa dibilang signifikan adalah dibidang perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*), yaitu laptop.

Laptop adalah sebuah komputer bergerak yang berukuran relatif kecil dan dapat kita bawa kemana kemanapun yang kita inginkan dan memiliki fungsi yang sama dengan komputer desktop. Beberapa inovasi pada laptop yang sudah ada pada saat ini adalah inovasi pada spesifikasi CPU pada laptop, inovasi pada bentuk desain yang tipis, inovasi pada baterai laptop yang dapat bertahan lama, dan lain sebagainya.

Laptop sendiri sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat modern yang tidak terlepas dari perkembangan dunia informasi teknologi sekarang ini, baik bagi individu ataupun organisasi. Laptop dianggap menjadi suatu perangkat yang sangat penting yang dapat membantu setiap individu ataupun organisasi yang setiap harinya biasa berhubungan dengan teknologi seperti para pelajar, mahasiswa, guru/dosen, karyawan, dan perusahaan kecil maupun besar untuk mempermudah menjalankan setiap pekerjaan. Bukan hanya menjadi alat bantu mengetik dan menyimpan data saja, dengan berkembangnya teknologi internet, laptop sering digunakan untuk sarana perdagangan, alat mengakses berita dan informasi, dan bahkan digunakan sebagai alat untuk bermain game bagi sebagian pelajar, mahasiswa dan karyawan dalam mengisi waktu luang mereka.

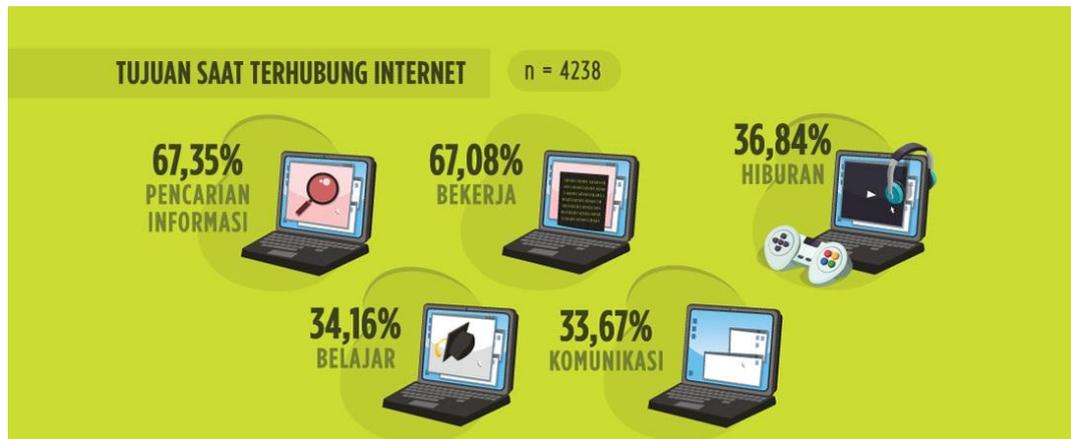


**Gambar I.1**

**Penggunaan Laptop Tidak Terhubung Internet**

*Sumber: indonesiabaik.id*

Berdasarkan Gambar I.1 diatas, melalui survei yang dilakukan oleh (IndonesiaBaik, 2018) kepada 2.121 responden menunjukkan penggunaan laptop untuk bekerja dan belajar memiliki persentase yang hampir seimbang, masing – masing mencapai 54,55% dan 53,65 % sedangkan penggunaan laptop untuk hiburan sebesar 34,94%. Tujuan saat tidak terhubung dengan internet dan berbagai aktivitas dapat dilakukan oleh individu dalam menggunakan laptop saat tidak terhubung dengan internet, seperti menonton video atau mendengarkan musik, bermain game, menghubungkan dengan perangkat baru (seperti printer, scanner, dll), transfer file antar perangkat, dan lain sebagainya.



**Gambar I.2**

### **Penggunaan Laptop Terhubung Internet**

*Sumber: indonesiabaik.id*

Untuk penggunaan laptop saat terhubung dengan internet pada Gambar I.2 diatas, melakukan survei kepada 4.238 responden. Penggunaan laptop saat terhubung dengan internet dengan tujuan mencari informasi dan bekerja memiliki persentasi yang tinggi, yaitu 67,35% dan 67,08 persen. Sedangkan untuk keperluan hiburan, belajar, dan komunikasi dibawah 40%. Dari Gambar I.1 dan Gambar I.2 diatas, keuntungan dari memiliki sebuah laptop bagi individu sangatlah baik dalam membantu individu melakukan setiap aktivitas yang dilakukannya dengan menggunakan laptop yang tidak terhubung dengan internet maupun yang terhubung dengan internet.

Beberapa merek laptop yang dapat membantu setiap kegiatan individu maupun organisasi sudah banyak beredar di pasaran Indonesia, antara lain Acer, Asus, Lenovo, Toshiba, HP, Samsung, Apple, Dell, Sony, dan lain – lain termasuk produk lokal yaitu Axio. Laptop yang beredar di pasaran Indonesia memiliki harga yang cukup terjangkau bagi konsumen yang membutuhkan sebuah laptop yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Salah satu merek laptop yang terkenal dan selalu meraih posisi pertama pada *Indonesia Customer Satisfaction Award*, yaitu merek Acer yang dapat dilihat pada Tabel I.1 di bawah ini.

**Tabel I.1**  
***Indonesia Customer Satisfaction Award (Laptop Computer)***

Merek	Tahun
Acer	2015
	2016
	2017

Sumber: [http://icsa-indo.com/winner/icsa\\_2015-2017.html](http://icsa-indo.com/winner/icsa_2015-2017.html)

**Tabel I.2**  
**Pangsa Pasar Laptop Tahun 2015,2016,2017**

Tahun 2015		Tahun 2016		Tahun 2017	
Merek	Pangsa Pasar	Merek	Pangsa Pasar	Merek	Pangsa Pasar
Asus	37,18	Asus	35,9	Asus	39,8
Lenovo	20,64	Acer	27%	Lenovo	21,8
Acer	19,40	Dell	11%	Acer	17,9

Sumber: Diolah oleh peneliti. Diperoleh dari berbagai website ternama dan survei yang dilakukan IDC dan GFK

Indonesia Customer Satisfaction Award (ICSA) merupakan penghargaan kepada *brand* yang memiliki indeks kepuasan konsumen yang tinggi. Penilaian tersebut mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa melalui 4 parameter, yaitu:

1. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk/jasa atau *Quality Satisfaction Score*.
2. Kepuasan terhadap harga yang mereka bayar atau *Value Satisfaction Score*.
3. Keyakinan pelanggan bahwa merek yang digunakan adalah yang terbaik *Perceived Best*.
4. Kemampuan produk /jasa di masa yang akan datang atau *Expectation Score*.

Selama 3 tahun terakhir berdasarkan Tabel I.1 diatas, *Indonesia Customer Satisfaction Award* (AcerIndonesia, 2016) laptop Acer selalu menjadi laptop yang dinilai mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi berdasarkan keempat kategori dalam penilaian diatas. Komitmen yang diberikan tidak hanya melalui produk dan teknologi yang lengkap, melainkan memberikan pelayanan penjualan dan purna jual terbaik agar dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen pada saat memiliki, menggunakan dan melakukan *upgrade* terhadap produk yang dimilikinya.

Tetapi, berdasarkan Tabel I.2 yang terdapat pada halaman sebelumnya, pangsa pasar produk laptop merek Acer selama 3 tahun terakhir mengalami kenaikan sebesar 7,6% pada tahun 2016 dan pada tahun 2017 pangsa pasar

Acer mengalami penurunan konsumennya sebesar 9,1% penurunan dan rata-rata hanya menempatkannya di urutan ketiga pada pangsa pasar laptop di Indonesia.

Berdasarkan data hasil pengamatan yang diperoleh dari (GudangIlmuKomputer, 2016) yang menyatakan bahwa, produk laptop Asus dan Toshiba yang menduduki peringkat kedua dan ketiga pada Tabel I.2 diatas, memiliki keunggulan yang lebih baik dari segi ketahanan laptop dan kualitas performa laptopnya dibandingkan dengan produk laptop Acer. Konstruksi *casing* yang sangat lemah dari produk laptop Acer dibanding merek lain, dan kualitas keyboard yang tidak terlalu bagus dari produk laptop Acer.

Masalah selanjutnya adalah terdapat pada pelayanan yang diberikan Acer Service Center. Berdasarkan data hasil pengamatan yang diperoleh dari (MediaKonsumen, 2016) menyatakan bahwa, adanya masalah pergantian pada suku cadang dan baterai. Setelah suku cadang dan baterai diganti, 2 bulan kemudian masalah tersebut terulang kembali hingga konsumen melakukan pergantian sampai 4 kali.

Dengan adanya beberapa kelemahan dari kualitas produk laptop merek Acer yang diulas oleh Gudang Ilmu Komputer dan masalah pelayanan yang dialami konsumen laptop Acer di Bandung yang diulas oleh Media Konsumen, kepercayaan konsumen pastinya akan berpindah kepada produsen laptop lainnya dan mulai meninggalkan produk laptop Acer. Kepercayaan

konsumen yang menurun terhadap produk laptop Acer dapat menyebabkan juga menurunnya kepuasan konsumen

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin tertarik mengetahui apakah benar terdapat pengaruh kepercayaan merek yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada laptop Acer, maka judul yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Laptop Merek Acer (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Bagaimana gambaran umum kepercayaan merek dan kepuasan konsumen laptop Acer
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen laptop Acer ?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- a. Untuk mengetahui gambaran umum kepercayaan merek dan kepuasan konsumen.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen produk laptop merek Acer.

## **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dibuatnya penelitian ini adalah untuk memberikan manfaat terhadap:

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat mengenai pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek produk laptop Acer, sehingga bisa menjadi acuan bagi masyarakat saat menggunakan laptop Acer.

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Sebagai pelengkap arsip karya ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dalam bidang ilmu pemasaran sebagai tambahan referensi di perpustakaan.

c. Bagi Pembaca

Hasil karya ilmiah ini di harapkan dapat menambah wawasan pembaca ataupun dapat dijadikan tambahan referensi bagi penulis lain yang akan menyusun karya ilmiah.