

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Maraknya isu globalisasi yang berkembang saat ini membuat masyarakat semakin sering memanfaatkan media massa untuk mengakses informasi, khususnya media elektronik, seperti komputer dan internet. Di Indonesia, teknologi informasi saat ini telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat, sehingga hampir semua orang memiliki komputer maupun produk teknologi informasi lainnya. Teknologi informasi dibangun dengan basis utama teknologi komputer. Seiring dengan berkembangnya teknologi komputer membuat semakin ketatnya persaingan bisnis dalam industri teknologi komputer. Selain komputer yang harus disambungkan dengan listrik atau biasa disebut dengan desktop PC, ada pula komputer yang menggunakan baterai atau disebut *portable notebook* atau dikenal dengan laptop. Keberadaan laptop memberi kemudahan karena bentuknya yang kecil dan ringan sehingga memudahkan untuk menggunakannya dimana pun dan kapan pun.

Melihat perkembangan ini, tentunya setiap pengusaha yang pintar tidak akan melewatkan kesempatan baik ini dan terus mengikuti perkembangan teknologi dimana ketika komputer atau PC dan laptop menjadi kebutuhan utama, maka tentu saja penyediaan aksesoris untuk hal tersebut juga menjadi hal yang utama karena tanpa adanya aksesoris ini tentu saja perangkatnya tidak dapat berjalan dengan baik. Aksesoris yang dimaksud disini terdiri dari *mouse*, *keyboard*, *speaker*, dan berbagai aksesoris lainnya. Hal ini tentu saja menjadi

persaingan yang dimana setiap pengusaha akan menggunakan daya tariknya tersendiri dalam menarik Keputusan Pembelian pelanggan. Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih.

CV. Putra Mutiara Komputer adalah sebuah perusahaan swasta yang didirikan untuk melakukan penjualan pada produk-produk aksesoris komputer dengan merek utama Rvtech Indonesia. CV. Putra Mutiara Komputer sendiri beralamatkan di jalan Pukat V No. 18, Medan – Sumatera Utara. Pada survei awal yang peneliti lakukan, ditemukan adanya beberapa masalah yang membuat posisi penjualan perusahaan terancam jika terus dibiarkan dimana hal ini berkaitan dengan adanya penurunan pada Keputusan Pembelian pelanggan pada produk yang ditawarkan. Berikut ini data penjualannya:

Tabel 1.1
Data Penjualan Produk Periode 2017 – 2021

Tahun	Jumlah Nominal
2017	Rp. 4.420.194.000
2018	Rp. 4.397.887.000
2019	Rp. 4.302.153.000
2020	Rp. 3.345.492.000
2021	Rp. 3.218.542.000

Sumber: CV. Putra Mutiara Komputer, 2021

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa terjadi penurunan pada penjualan perusahaan sejak tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Berhubung dengan maraknya penjualan *online* membuat pelanggan dapat melakukan pembelian dengan mudah melalui berbagai situs *e-commerce*. Terlebih lagi banyaknya tempat untuk melakukan pembelian pada produk aksesoris

komputer ini membuat tingkat persaingan yang ada semakin ketat sehingga tidak mengherankan jika perusahaan terus mengalami penurunan pada jumlah penjualannya sejak tahun 2016 sampai dengan 2020. Penurunan ini tentu saja membuat laba yang diperoleh perusahaan semakin lama semakin mengalami penurunan dan rencana untuk melakukan ekspansi usaha tentu saja juga menjadi terkendala.

Menurut Firmansyah (2019:12), Atribut Produk adalah unsur yang menjadi pembeda atau pengembangan pada suatu produk sehingga memberikan nilai tambah, manfaat dan juga menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan Keputusan Pembelian. Atribut Produk diduga menjadi salah satu penyebab yang membuat CV. Putra Mutiara Komputer mengalami penurunan pada Keputusan Pembelian pelanggan. Hal ini dinilai karena berbagai Atribut yang dimiliki oleh produk dinilai kurang menjadi penarik bagi pelanggan untuk melakukan pembelian karena Atribut seperti fitur dari Rvtech juga masih kurang dikenal oleh pelanggan disertai juga dengan kualitas yang masih diragukan. Rvtech kurang memiliki fitur yang menarik karena dari berbagai produk merek lain memiliki fitur yang berbeda jauh dengan harga yang hampir seimbang dengan merek Rvtech sendiri. Selain itu, kualitas yang ditawarkan oleh Rvtech juga masih diragukan karena konsumen lebih mempercayai dan yakin terhadap merek yang telah terkenal luas.

Permasalahan lain yang diduga juga menyebabkan penurunan pada Keputusan Pembelian pelanggan berkaitan dengan Citra Merek dimana menurut Firmansyah (2019:66), Citra Merek adalah persepsi pelanggan tentang suatu

merek dimana berdasarkan memori pelanggan tentang suatu produk, sebagai akibat dari apa yang dirasakan oleh seseorang terhadap merek tersebut. Dalam hal ini, Citra Merek Rvtech belum terbangun dengan baik sehingga mereknya tidak dikenal oleh masyarakat luas disertai juga masih banyaknya keraguan pelanggan untuk membeli merek tersebut. Rvtech belum memiliki Citra Merek yang baik karena konsumen ketika sedang ingin melakukan pembelian pada produk, konsumen biasanya secara langsung menanyakan merek lainnya. Selain itu, Rvtech juga belum dapat membentuk sebuah kesan yang baik dalam benak konsumen baik yang dapat membuat konsumen mengingat produk tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AKSESORIS KOMPUTER MEREK RVTECH INDONESIA DI CV. PUTRA MUTIARA KOMPUTER.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disinyalir penurunan Keputusan Pembelian disebabkan oleh:

1. Rvtech kurang memiliki fitur yang menarik karena dari berbagai produk merek lain memiliki fitur yang berbeda jauh dengan harga yang hampir seimbang dengan merek Rvtech sendiri.
2. Rvtech belum memiliki Citra Merek yang baik karena konsumen ketika sedang ingin melakukan pembelian pada produk, konsumen biasanya secara langsung menanyakan merek lainnya.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Atribut Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini adalah pelanggan CV. Putra Mutiara Komputer.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian aksesoris komputer merek Rvtech Indonesia di CV. Putra Mutiara Komputer?
2. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian aksesoris komputer merek Rvtech Indonesia di CV. Putra Mutiara Komputer?
3. Apakah ada pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian aksesoris komputer merek Rvtech Indonesia di CV. Putra Mutiara Komputer?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian aksesoris komputer merek Rvtech Indonesia di CV. Putra Mutiara Komputer.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian aksesoris komputer merek Rvtech Indonesia di CV. Putra Mutiara Komputer.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian aksesoris komputer merek Rvtech Indonesia di CV. Putra Mutiara Komputer.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Bagi CV. Putra Mutiara Komputer
Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian aksesoris komputer merek Rvtech Indonesia di CV. Putra Mutiara Komputer.
2. Bagi Akademisi
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Atribut Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.