

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini suatu kebutuhan akan komunikasi adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan masyarakat. produk teknologi telekomunikasi merupakan produk yang menyajikan kecanggihan fasilitas. Salah satu produk teknologi yang sangat membantu pekerjaan yaitu laptop. Laptop merupakan salah satu produk teknologi yang biasa digunakan untuk aktivitas sehari-hari, seperti bekerja, dan kuliah. Pada saat ini muncul berbagai merek laptop di pasar yang menawarkan fitur atau perbedaan produk. Dengan harga yang relatif lebih murah dibanding merek yang sudah ada di pasar, yang menyebabkan konsumen mempunyai banyak pilihan dalam mengambil keputusan membeli.

Produsen produk teknologi berlomba-lomba menarik minat masyarakat untuk memutuskan membeli serta menggunakan produknya. Kebutuhan akan teknologi seperti laptop selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun terutama untuk jenis-jenis laptop dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam membantu pekerjaannya.

Menurut data “Laptop Magazine” tahun 2016, Lenovo menduduki peringkat ke-2 dari 9 merek laptop lainnya. Dapat dilihat dari tabel 1.

Tabel 1. 1
Daftar peringkat merek Laptop menurut
“Laptop Magazine”

2016 BEST & WORT LAPTOP BRANDS FULL SCORECARD	REVIEWS	TECH SUPPORT	DESIGN	KEYBOARD/TOUCHPADS	DISPLAY & AUDIO	INNOVATION	VALUE & SELECTION	SOTFWARE	TOTAL	RANK
APPLE	20	19	14	14	9	6	2	5	89	1
LENOVO	15	15	12	14	8	7	5	4	80	2
AZUS	14	18	13	11	7	10	3	3	79	3
HP	15	15	12	13	8	8	4	3	78	4
DELL	14	16	11	12	8	6	5	3	75	5
SAMSUNG	15	18	13	10	7	5	2	4	74	6
TOSHIBA	14	16	9	9	8	4	5	3	68	7
ACER	13	17	10	10	5	6	3	3	67	8
SONY	14	19	9	5	7	6	2	4	66	9

Tabel 1. Best & Worst Laptop Brand

Sumber : laptopmagazine.com¹

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa laptop Lenovo memperoleh rangking ke 2 setelah laptop merek Appel, rangking tersebut diperoleh dari hasil penjumlahan poin *reviews*, *rech support*, *design*, *keybord/touchpad*, *display dan audio*, *innovation*, *value dan*

¹ Lia Monalisa Anis, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian”, Administrasi Bisnis, 2 (November, 2015), 3.

selection, software. Merek Lenovo mendapatkan tempat yang cukup baik dimata konsumen karena Lenovo memiliki spesifikasi lengkap, desain yang bagus serta harga yang relatife terjangkau. Data lain juga menyebutkan, Lenovo menempati sebagai produsen PC terbesar kedua di dunia, hal ini berdasarkan data Tahun 2016. Lenovo memasarkan Server, Tablet, PC, Perangkat jaringan internet, dan Telepon genggam. Fasilitas lain yang menjadi daya tarik konsumen yaitu untuk Lenovo seri *Thinkpad* yang diperuntukan bagi kelas pengguna menengah, dilengkapi fitur dan spesifikasi cukup tinggi. Lenovo mempunyai arus listrik yang bagus, dalam hal ini baterai lebih konsisten dan tahan lama. Dan dalam kondisi mengisi Lenovo mampu bertahan secara lengkap ketika memainkan game berat. Selain itu kualitas suara yang di hasilkan lebih baik dengan tambahan dolby digital.²

Dari paparan data diatas merupakan salah satu yang menyebabkan keputusan pembelian laptop Lenovo meningkat. keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan konsumen dalam membeli produk dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari dalam diri sendiri, maupun dari luar diri atau lingkungannya. Keputusan pembelian meliputi keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang

² “6 Merek Laptop Terbaik Di Tahun 2016 Dengan Kinerja Yang Powerfull”, *Laptopbaru on line*, <http://www.laptopbaru.com/2014/11/6.htm>, diakses tanggal 28 Juli 2017.

merek, keputusan tentang penjualnya, keputusan tentang jumlah produk, dan keputusan tentang waktu pembelian, keputusan tentang cara pembayaran. Sedangkan keputusan pembelian menurut Harmani diukur oleh 3 indikator antara lain keputusan terhadap produk yang berkualitas, keputusan terhadap harga yang diberikan, dan keputusan terhadap pelayanan yang diberikan.³

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi.⁴ Didalam dunia pendidikan, Laptop juga merupakan salah satu sarana yang sangat penting demi membantu kelancaran dalam proses belajar mengajar, ataupun membantu proses administrasi demi kemajuan suatu lembaga. Terutama bagi lembaga pendidikan yang sudah maju dan bekerjasama dengan pihak luar negeri, tentu saja laptop sudah menjadi sarana yang harus dimiliki. Dengan Laptop, baik tenaga pengajar ataupun staffnya juga akan lebih mudah dalam menyelesaikan pekerjaan.

³ Iful Anwar, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian", *Ilmu dan Riset Manajemen*, 12 (Desember, 2015), 8.

⁴ Vera Agusta Mei Utami, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian", *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(Juli, 2016), 4.

Tabel 1. 2
Distribusi Merk Laptop yang digunakan Yayasan Pendidikan Islam AL HUDA

No.	Merek Laptop	Jumlah Pengguna
1	TOSHIBA	62
2	AZUS	15
3	LENOVO	187
4	ACER	25
5	AXIO	12

Sumber data: Obsevasi sementara 2017

Hasil observasi sementara yang telah dilakukan penulis, dapat diketahui bahwa pengguna laptop Lenovo terbanyak dari merek laptop lainnya. Salah satu lembaga pendidikan yang tenaga pengajarnya memiliki daya tarik cukup tinggi dalam pembelian Laptop Lenovo adalah Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri. Tenaga pengajarnya sekitar 58% memiliki laptop bermerk Lenovo. Dan dari 42% nya ada yang memakai Toshiba, Asus, Acer, HP.

Alasan lain penulis memilih Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri sebagai Lokasi penelitian adalah, Jumlah guru di lembaga ini lebih banyak dari lembaga swasta Islam di Kota Kediri. Selain itu, Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri merupakan lembaga swasta Islam yang favorit di kota Kediri. Hal ini dibuktikan jumlah siswanya kurang lebih 3.000 siswa. Dan di lembaga ini, siswa-siswanya juga berprestasi dalam akademik dan non akademik.

Untuk lokasi setiap jenjang pendidikan mulai PAUD sampai SMK/SMA berada dalam satu lingkup. Selain itu Lembaga ini

termasuk lembaga berbasis pesantren. Dalam perekrutan tenaga pengajar Yayasan Pendidikan Islam Al Huda juga mempunyai kriteria umum, diantaranya yakni mengikuti tes yang diadakan oleh pihak Yayasan, minimal calon tenaga pengajar ber ijazah s1 yang sedang di butuhkan oleh pihak Yayasan. Dari beberapa penjelasan diatas, peneliti mengambil judul penelitian “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO PADA TENAGA PENGAJAR DI YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM AL HUDA KEDIRI”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk laptop Lenovo menurut tenaga pengajar di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri ?
2. Bagaimana keputusan pembelian laptop Lenovo oleh tenaga pengajar di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk laptop Lenovo menurut tenaga pengajar di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri.

2. Untuk mengetahui keputusan pembelian laptop Lenovo oleh tenaga pengajar di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berguna dalam memberikan wawasan umum kepada masyarakat luas tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan membeli suatu produk.

E. Telaah Pustaka

Berikut ini penelitian terdahulu dari sarjana ekonomi Islam yang membahas tentang kualitas produk, keputusan pembeli dan permasalahannya:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Yang Dimediasi Oleh Minat Beli” oleh Bagas Rifki Wicaksono dari Universitas Negeri Yogyakarta, membahas tentang pengaruh kualitas produk terhadap minat beli layanan internet tri yang signifikan positif. Serta membahas pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian juga signifikan positif.

Kesamaan penelitian oleh Bagas Rifki dengan yang akan peneliti tulis adalah memiliki variable X yang sama yaitu Kualitas Produk. Desain penelitian yang digunakan sama-sama kuantitatif,

teknik pengumpulan data juga sama-sama menggunakan kuesioner. perbedaannya, penelitian yang akan peneliti tulis, menggunakan metode pengolahan data regresi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian Bagas Rifki 130 responden, sedangkan sampel yang akan peneliti ambil 187 responden. Pada penelitian Bagas Rifki variabel Y yang diteliti layanan internet, sedangkan yang akan peneliti ambil variable Y tentang Laptop Lenovo.

2. Skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia” oleh Intan Suti dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, membahas tentang adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

Kesamaan penelitian yang akan peneliti tulis dengan penelitian milik Intan Suti adalah satu variable X sama yaitu Kualitas Produk. Untuk metode pengolahan data sama-sama menggunakan regresi. Desain penelitian juga sama menggunakan kuantitatif.

Perbedaannya, pada penelitian Intan Suti subyek penelitiannya Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, sedangkan subyek penelitian yang peneliti ambil tenaga pengajar di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kediri. Variabel X yang diambil Intan Suti ada tiga yaitu Kualitas Produk, Harga dan Promosi, sedangkan yang akan peneliti ambil hanya satu variabel X yaitu

Kualitas Produk. Variabel Y intan Suti Keputusan pembelian Handphone Esia, sedangkan yang akan peneliti tulis Keputusan Pembelian Laptop Lenovo. Sampel yang diambil pada penelitian Intan Suti sebanyak 70 responden, sedangkan sampel yang akan peneliti ambil 187 responden.

3. Skripsi dengan judul “ Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba” oleh Adam Akbar Universitas Gunadarma.

Persamaan penelitian antara Adam Akbar dengan yang peneliti tulis adalah variabel X yang diteliti sama yaitu Kualitas Produk. Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan penyebaran kuesioner. Desain penelitian yang digunakan sama-sama kuantitatif.

Perbedaan penelitian oleh Adam Akbar dengan yang peneliti tulis adalah variabel X milik Adam akbar ada tiga yaitu Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk, sedangkan yang peneliti tulis hanya Kualitas Produk. Variabel Y milik Adam Akbar tentang Keputusan Pembelian Notebook Toshiba, sedangkan yang peneliti tulis Keputusan Pembelian Laptop Lenovo. responden yang peneliti teliti sebanyak 187, sedangkan milik Adam Akbar, responden yang diteliti 100 responden.

F. Hipotesa Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban atau dugaan yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris⁵. Dalam penelitian ini hipotesis penelitiannya sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo Pada Tenaga Pengajar di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri.

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo Pada Tenaga Pengajar di Yayasan Pendidikan Islam Al Huda Kota Kediri.

⁵ Suryadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002), 69.