

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini dapat kita ketahui bahwa perkembangan teknologi berkembang dengan sangat cepat. Masyarakat harus mampu beradaptasi dengan laju perkembangan teknologi saat ini. Salah satu wujud dari suatu perkembangan teknologi yang dibutuhkan untuk saat ini adalah laptop. Laptop sendiri merupakan perkembangan dari komputer lama yang dianggap kurang fungsional karena tidak dapat dibawa kemanapun sehingga dianggap masih kurang efektif. Hal inilah yang mendorong lahirnya laptop sebagai media elektronik. Sekarang ini kebutuhan akan laptop sangat penting guna menunjang kehidupan sehari-hari. Terutama bagi kalangan pelajar dan pekerja kantor.

Meskipun laptop merupakan wujud dari sebuah perkembangan pada era digital seperti saat ini, bukan berarti perkembangan dari laptop terhenti. Laptop sendiri setiap tahun terus dikembangkan. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang teknologi terus berusaha mengembangkan diri dengan menambah fitur, dan meningkatkan ekuitas merek dari perusahaannya guna mendapatkan penilaian positif dari konsumennya. Banyak perusahaan berorientasi merek yang mensubkontrakkan proses pemanufakturan ke perusahaan lain, berbagai perusahaan dan investor akan menyadari bahwa merk merupakan aset perusahaan yang paling penting.¹

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prehal indo, 2002), 460

Perusahaan yang bergelud di bidang teknologi yang berusaha untuk terus mengembangkan fitur pada produk agar memperoleh penilaian positif dari konsumen terhadap produk laptopnya salah satunya adalah Acer. Acer merupakan perusahaan yang telah berdiri selama 44 tahun yang didirikan pada tanggal 1 Agustus 1976 yang awalnya Acer memiliki nama multitech yang berdiri di Kota Hsinchu, Taiwan. Perusahaan multitech awalnya hanya memproduksi mikroprosesor dan meluncurkan produk pertamanya pada tahun 1978 dengan mikroprosesor-I dan terus berkembang hingga mampu melakukan akuisisi merek eMachines, agar dapat menjadi vendor PC terbesar dan terus berkembang hingga saat ini.

Pengambilan keputusan oleh pembeli merupakan faktor penting untuk seorang produsen, hal ini guna mengetahui apa pembeli akan melakukan suatu pembelian. Keputusan seorang pembeli berkaitan dengan informasi yang mereka miliki dan berbagai faktor lainnya dapat berpengaruh terhadap pengetahuan pembeli tentang produk yang akan mereka beli.² Karena itu perusahaan wajib tahu apa menjadi sebab terjadinya keputusan pembelian terhadap produk yang dimiliki. Pengambilan keputusan pembelian dalam studi perilaku konsumen melalui berbagai tahap diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta perilaku sesudah pembelian.³ Tahap kedua yang dilakukan adalah pencarian informasi.

² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 25

³ Peter J Paul dan Jerry C Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* edisi keempat, terjemahan oleh Damos Sihombing M.BA dan Peter Remy Yossi Pasla M.B.A. (Jakarta: Erlangga, 2000), 132

Sebelum keputusan pembelian dilakukan, konsumen akan mengumpulkan informasi dari orang disekitar mereka seperti tetangga, keluarga, kerabat, dan lain-lain. Inilah yang disebut dengan kelompok refrensi⁴ Setelah pencarian informasi, konsumen akan lebih mudah dalam pengambilan keputusan pembelian pada suatu produk.

Universitas Nusantara PGRI Kediri termasuk kedalam 30 besar Universitas Swasta terbaik Jatim. Terdapat 3 Prodi Diploma, 17 Prodi Sarjana, dan 2 Prodi Magister. Prodi teknik informatika dipilih dikarenakan Prodi Teknik Informatika yang ada dibawah Fakultas Teknik Universitas Nusantara PGRI Kediri merupakan Program Studi unggulan. Dimana prodi Teknik Informatika merupakan satu-satunya yang ada di kota kediri sehingga dipilih sebagai lokasi penelitian oleh peneliti. Mahasiswa prodi teknik informatika juga memiliki komunitas mahasiswa dibidang robotika, pemrograman dan esport yang sudah mengikuti perlombaan sampai tingkat nasional. Adapun data yang diperoleh dari pengguna laptop ACER di Indonesia diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data TOP Brand Indonesia tahun 2020

MERREK	TBI	Peringkat Brand
Acer	26,1%	1
Asus	25,4%	2
Lenovo	10,2%	3
Apple	6,3%	4
Toshiba	4,4%	5

Sumber: TOP BRAND Indonesia 2020

⁴ Anwar Prabu Mangkunegara. *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Refita Aditama. 20012), 58

Berdasarkan data yang diperoleh dari Top Brand Indonesia yang merupakan situs resmi dari brand rating brand di Indonesia pada tahun 2020 Acer masih menduduki peringkat pertama sebagai laptop dengan penjualan terbanyak dan brand terbaik di Indonesia. Acer masih mempertahankan diri pada tahun 2020 dan semakin mengukuhkan dirinya sebagai brand terbaik.

Adapun data yang diperoleh dari pengguna laptop Acer yang berada di UNP Kediri di mana sampel yang digunakan berasal dari 6 kelas yang berasal dari angkatan 2018 atau yang diantaranya terdapat kelas ABCDEF dengan jumlah total mahasiswa sebanyak 187 mahasiswa. Berikut hasil survei diperoleh melalui google form yang diberikan kepada Mahasiswa UNP prodi teknik informatika Angkatan 2018 yang berjumlah 6 kelas yang dilakukan pada tanggal 27 Mei 2021.

Tabel 1.3

**Jenis-Jenis Brand Laptop yang digunakan Oleh Mahasiswa UNP Prodi
Teknik Informatika Angkatan 2018**

No.	Brand Laptop	Jumlah Pengguna
1.	Acer	70
2.	Asus	42
3.	Lenovo	22
4.	HP	26
5.	Toshiba	27
	TOTAL	187

Sumber: Hasil Observasi

Dari data diatas dapat diperoleh kesimpulan bahwa, mahasiswa UNP Kediri angkatan 2018 paling banyak menggunakan brand laptop acer untuk digunakan. Mahasiswa prodi teknik informatika Universitas PGRI Kediri dipilih karena angkatan tersebut telah menempuh matakuliah mengenai elektronika dan pengkodingan setidaknya selama 3 tahun dan memiliki jumlah mahasiswa terbanyak diantara angkatan yang lain sehingga memiliki jumlah pengguna laptop terbanyak oleh karena itu peneliti memilih angkatan 2018. Menurut Kotler dan Amstrong keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi.⁵ Berikut alasan pembelian laptop acer dikalangan mahasiswa UNP Kediri angkatan 2018.

Tabel 1.4

Alasan Pembelian Laptop Acer Mahasiwa UNP Kediri

Prodi Teknik Informatika Angkatan 2018

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian		Jumlah Responden
Kebudayaan	Budaya	0
	Sub budaya	0
	Kelas Sosial	0
Sosial	Kelompok Referensi	25
	Keluarga	7
	Peran dan Status	0

⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan: Bob Sabran, M.M*, (Jakarta: Erlangga, 2006) 163

Pribadi	Usia dan Tahap Daur Hidup	0
	Pekerjaan	3
	Kondisi Ekonomi	6
	Gaya Hidup	0
	Kepribadian dan Konsep Diri	0
Psikologis	Motivasi	0
	Persepsi	20
	Pembelanjaan	0
	Sikap dan Kepercayaan	9
Jumlah		70

Sumber: Data Observasi

Berdasar data yang diperoleh setelah melakukan penyebaran kuisisioner maka diperoleh data bahwa pengguna laptop acer oleh mahasiswa Universitas Nusantara PGRI dengan prodi teknik informatika dengan alasan pembelian pada kelompok referensi berjumlah 25 mahasiswa dari jumlah total 70 responden yang telah memilih produk acer. Kelompok referensi terdiri atas dua orang maupun lebih yang berinteraksi guna mendapat tujuan sama dapat berupa tujuan individu maupun kelompok. Didalam perspektif pemasaran, masing-masing kelompok dimana konsumen menjadi anggotanya, akan memberi pengaruh terhadap perilaku pembelian dan konsumsi dari konsumen. Kelompok referensi dipakai sebagai dasar membandingkan atau sebuah referensi dalam membentuk respon efektif, kognitif, dan perilaku.⁶ Secara general yang dapat menjadi kelompok referensi sehingga menjadi pendorong bagi konsumen untuk

⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015) 13

melakukan suatu keputusan pembelian diantaranya teman yang sebelumnya telah menggunakan produk yang sama, anggota keluarga yang telah melakukan pembelian pada produk yang sama, kelompok kerja yang dapat berupa rekan salam lingkungan kerja, kelompok belanja yang berupa orang-orang yang membeli produk pada waktu yang bersamaan dengan konsumen dan kelompok maya yang berupa orang-orang yang memberi review terhadap produk melalui dunia maya tau internet.

Hal tersebut juga berlaku pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI prodi teknik informatika angkatan 2018 dimana mahasiswa saling memberikan saran dalam penentuan pembelian produk yang berhubungan dengan teknologi sesuai dengan prodi dimana mahasiswa membandingkan pendapat dan dijadikan referensi yang kemudian melakukan keputusan pembelian sesuai yang diinginkan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop ACER (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Prodi Teknik Informatika Angkatan 2018).”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kelompok referensi Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI?
2. Bagaimana keputusan pembelian laptop Acer pada kalangan Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI?
3. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop Acer di kalangan Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kelompok referensi Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian laptop Acer pada kalangan Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop Acer pada kalangan Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibedakan menjadi teoritis dan praktis hal tersebut diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah pengetahuan dan memungkinkan untuk digunakan dalam menambah referensi mahasiswa IAIN Kediri.
 - b. Memberikan kontribusi keilmuan bagi civitas baik akademik maupun non akademik.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti
Memberikan pengetahuan terhadap peneliti terkait dengan penelitian yang telah dilakukan baik besar maupun kecil.
 - b. Bagi Lembaga Pendidikan

Membantu dalam menambah referensi dan sumber ilmu yang sesuai dengan penelitian terkait sehingga dapat memberikan manfaat bagi lembaga pendidikan baik formal maupun nonformal.

c. Bagi Pembaca

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan pembaca terkait dengan penelitian dilakukan sehingga dapat dijadikan sebagai sumber untuk menyelesaikan masalah terkait.

E. Telaah Pustaka/ Penelitian terdahulu

1. *Analisis Pengaruh Keluarga, Kelompok Referensi, Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung (2017)*, Oleh Felisianus Dwito Unggala Putra Dalam Skripsi Universitas Sanata Dharma

Dalam penelitian, sampel dibagikan pada 100 responden dengan penggunaan teknik purposive sampling dengan analisis linier berganda yang dijadikan teknik analisis datanya. Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa persepsi konsumen, keluarga dan kelompok referensi memiliki pengaruh signifikan kepada keputusan pembelian. Perbedaan penelitian yang dilakukan dari teknik pengambilan sampel yang dilakukan berbeda.

2. *Pengaruh Kelompok Referensi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kosumen Studi Kasus Pada Distro "Fleamagic" Di Purwokerto (2014)*, Oleh Faysal Haris Dalam Skripsi Universitas Negeri Jakarta

Analisis deskriptif dilakukan didalam penelitian hingga memperoleh hasil penelitian keputusan pembelian sedikit dominan dibanding pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, kelompok referensi memiliki pengaruh besar kepada keputusan pembelian konsumen. Pengambilan sampel menggunakan teknik kuisioner. Perbedaan yang dimiliki adalah objek yang digunakan pada penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan keputusan pembelian di distro Fleamagic Purwokerto sedangkan penelitian ini dilakukan peneliti dengan pengambilan objek produk acer dengan lokasi penelitian UNP Kediri.

3. *Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Im3 PT Indosat Tbk* (2016), Oleh Hani Sri Rezeki Dalam Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan

Sampel diambil memakai teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah 100 orang. Skala Likert yang sudah diuji cobakan dan memenuhi persyaratan validitas serta reliabilitas Instrumen digunakan sebagai pengumpulan data. Metode analisis yang dipakai merupakan regresi linear berganda. Perbedaan yang dimiliki penelitian yang dilakukan adalah terletak teknik pengambilan sampel yang digunakan adapun objek yang digunakan juga berbeda dimana peneliti menggunakan produk acer sebagai objek sedangkan dalam penelitian ini menggunakan prod IM3 PT Indosat, Tbk.

4. *Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Herbal* (2018), Oleh Muhammad Fakhrol Dalam Skripsi UIN Aluddin Makassar

Variabel yang digunakan yaitu keputusan pembelian adalah variabel terikat, minat beli adalah variabel intervening serta kelompok rujukan adalah variabel tidak terikat. Metode pengumpulan data yang digunakan metode kuesioner dibagi kemasyarakat Kabupaten Bone. Sebanyak 100 responden dijadikan sampel dengan memakai metode insidental sampling menggunakan teknik analisis data dengan analisis jalur (*path analysis*). Yang menjadi perbedaan adalah jumlah variabel yang digunakan adapun objek yang digunakan dan lokasi pengambilan sampel yang dilakukan juga berbeda.

5. *Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Masyarakat Kecamatan Marpoyan* (2020), Oleh Adinda Putri Dwi Marta Dalam Skripsi UIN Pekanbaru Riau

Penelitian menggunakan sebanyak 100 sampel. Responden yang digunakan adalah masyarakat Kecamatan Marpoyan Damai, Pekanbaru. Sampel pada ditentukan dengan metode purposive Sampling, ber kriteria masyarakat Kecamatan Marpoyan Damai, Pekanbaru. Usia minimal responden adalah 15 tahun. Metode yang digunakan regresi linier berganda Dengan memakai program SPSS 22. Perbedaan dengan penelitian ini adalah variable, lokasi dan subjek penelitian yang berbeda.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya.⁷ Dari pengertian hipotesis yang telah diketahui maka peneliti merumuskan:

Hipotesis (H_a) : Terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop ACER pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Prodi Teknik Informatika Angkatan 2018.

Hipotesis (H_o) : Tidak terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian laptop ACER pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Prodi Teknik Informatika Angkatan 2018.

⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 63.