



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara berkembang yang mempunyai potensi untuk mengembangkan perekonomiannya menjadi Negara maju. Kondisi persaingan usaha dewasa ini diwarnai dengan berbagai macam persaingan di berbagai bidang dan beranekaragaman Merek di pasaran. Ciri konsumen pada era global saat ini lebih cenderung menuntut dan tidak mudah puas. Apalagi menyangkut dengan produk atau barang yang menjadi keinginan dan kebutuhannya. Para produsen menyadari bahwa setiap konsumen memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan karena persaingan semakin ketat dan konsumen semakin disajikan dengan banyak pilihan. Untuk itulah para produsen harus lebih peka, kritis dan reaktif terhadap produk yang mereka buat agar dipilih dan dibeli oleh konsumen.

Proses pengambilan keputusan pembelian sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut **Sangadji dan Sopiah (2013:332)**, Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Pemasar biasanya tertarik pada perilaku pembelian konsumen, terutama pada pilihan merek mana yang akan dibeli oleh konsumen. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian yaitu: (1) Faktor Internal atau Faktor Pribadi, misalnya: Persepsi, Keluarga, Pengetahuan, Sikap, Kelompok

Usia dan Gaya Hidup, (2) Faktor Eksternal, seperti: Budaya dan Kelas Sosial, dan (3) Faktor Situasional, seperti: sumber daya konsumen yang meliputi sumber daya ekonomi, keputusan konsumen sehubungan dengan produk dan merek sangat dipengaruhi oleh jumlah sumber daya ekonomi yang mereka miliki atau mungkin mereka yang mereka punya dimasa mendatang (**Sangadji dan Sopiah, 2013:41-50**).

Keterkaitan antara citra merek dengan keputusan pembelian konsumen yaitu citra merek adalah sebagai sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen dan merupakan seperangkat ingatan yang ada di benak konsumen mengenai sebuah merek. Citra merek memberikan manfaat bagi produsen untuk lebih dikenal konsumen, dengan kata lain konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang ada.

Kebutuhan teknologi yang semakin meningkat terlebih lagi bagi segmen Mahasiswa. Yang selalu di hadapkan dengan tugas –tugas kuliah (makalah) dan lain sebagainya. Ini merupakan segmen yang menarik dan menguntungkan. Notebook adalah salah satu produk teknologi yang saat ini beredar di Indonesia. Adapun merek-merek Notebook yang saat ini beredar di Indonesia diantaranya Acer, Toshiba, Hp, Apple, Asus, Lenovo, dan lain-lain. Perusahaan-perusahaan produksi Notebook tersebut berasal baik dalam dan luar negeri memberikan tawaran menarik dan beranekaragam untuk menarik minat konsumen sehingga menimbulkan persaingan yang ketat. Mengingat hal tersebut maka perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan sesuatu yang berbeda dalam menghadapi persaingan yang ada.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Merek Acer merupakan merek Notebook terpercaya di Indonesia, terlihat dari Top Brand Notebook tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 dalam kategori Telekomunikasi/IT. Berikut adalah tabel Top Brand Notebook tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Top Brand Notebook 2012-2016

No	Merek	TBI 2012 (%)	TBI 2013 (%)	TBI 2014 (%)	TBI 2015 (%)	TBI 2016 (%)
1	Acer	42,1	41,6	39,3	40,2	34,7
2	Toshiba	15,9	14,2	13,6	12,1	10,8
3	Hp	13,8	9,9	6,4	7,6	8,5
4	Apple	6,1	6,2	7,4	5,2	3,3
5	Asus	3,0	6,9	9,4	11,0	16,5
6	Lenovo	2,5	3,4	3,7	7,0	11,1

Sumber : Topbrand-Award.com 2016

Dari tabel 1.1 menunjukkan data Top Brand tahun 2012 sampai dengan tahun 2016, maka dapat disimpulkan bahwa notebook/laptop/netbook merek acer selalu berada pada posisi pertama walaupun persentasenya mengalami fluktuasi, yaitu persentase pada tahun 2012 sebesar 42,1%, mengalami penurunan pada tahun 2013 menjadi 41,6%, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2014 sebesar 39,3%, pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 40,2%, dan kembali turun menjadi 34,7% pada tahun 2016.

Disini yang menjadi objek penelitian yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dengan alasan bahwa sebagian besar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Riau sudah mengenal produk Notebook merek Acer. Berikut daftar jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau bulan Oktober tahun 2016.

Tabel 1.2
Daftar Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bulan Oktober Tahun 2016

No	Nama Jurusan	Mahasiswa Aktif		Jumlah
		LK (Orang)	PR (Orang)	
1	Manajemen S1	713	926	1.639
2	Akuntansi S1	529	1.187	1.716
3	Administrasi Negara S1	698	919	1.617
4	D3 Manajemen Perusahaan	149	149	298
5	D3 Akuntansi	96	181	277
6	D3 Perpajakan	119	168	287
Total		2.304	3.530	5.834

Sumber : Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Ekonomi Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 1.2 menunjukkan daftar jumlah Mahasiswa setiap jurusan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau bulan Oktober Tahun 2016, dapat dilihat bahwa bulan Oktober tahun 2016 pada jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 sebesar 1.639 orang yang terdiri dari: 713 orang laki-laki dan 926 orang perempuan, jumlah Mahasiswa Jurusan Akuntansi S1 sebesar 1.716 orang yang terdiri dari: 529 orang laki-laki dan 1.187 orang perempuan, jumlah Mahasiswa Jurusan Administrasi Negara S1 sebesar 1.617 orang yang terdiri dari: 698 orang laki-laki dan 919 orang perempuan, jumlah Mahasiswa Jurusan D3 Manajemen Perusahaan sebesar 298 orang yang terdiri dari: 149 orang laki-laki dan 149 orang perempuan, jumlah Mahasiswa Jurusan D3 Akuntansi sebesar 277 orang yang terdiri dari: 96 orang laki-laki dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

181 orang perempuan, dan jumlah Mahasiswa Jurusan D3 Perpajakan sebesar 287 orang yang terdiri dari: 119 orang laki-laki dan 168 orang perempuan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, dan tertarik untuk melakukan penelitian dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Notebook Merek Acer (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Faktor Internal berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU?
2. Apakah Faktor Eksternal berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU?
3. Apakah Faktor Situasional berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU?

4. Apakah Faktor Internal, Faktor Eksternal dan Faktor Situasional berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan dalam perumusan permasalahan yang ada maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Faktor Internal berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU.
2. Untuk mengetahui apakah Faktor Eksternal berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU.
3. Untuk mengetahui apakah Faktor Situasional berpengaruh secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Untuk mengetahui apakah Faktor Internal, Faktor Eksternal dan Faktor Situasional berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian Notebook merek Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim RIAU.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

- a. Bagi Penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah dan melatih penulis untuk mengaplikasikan ilmu selama di Perguruan Tinggi khususnya ilmu manajemen pemasaran dengan kajian manajemen pemasaran.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan evaluasi dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran.

- c. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisikan tentang teori-teori dan pendapat para ahli atau pakar mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang lokasi, waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel serta analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat tempat penelitian, visi misi dan karakteristik tempat penelitian, serta struktur-struktur tempat penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan pembahasan terhadap permasalahan yang diteliti, serta mencoba memberikan saran-saran yang dapat dijadikan pedoman dalam menanggulangi permasalahan yang dihadapi.