

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin maju ini dampak perubahan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang di segala aspek kehidupan. Perkembangan teknologi semakin canggih memunculkan produk-produk baru yang berteknologi modern untuk konsumen mulai dari alat transportasi, alat komunikasi, alat rumah tangga, alat mencari informasi dan lain sebagainya. Fenomena yang ada membuat perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan alat yang canggih, modern dan praktis. Salah satu kebutuhan yang dianggap sangat penting di era ini adalah kebutuhan akan informasi. Alat yang mendukung kebutuhan konsumen akan informasi, salah satunya adalah komputer.

Selain komputer yang harus disambungkan dengan listrik atau biasa disebut desktop PC (*personal computer*), ada pula komputer yang menggunakan baterai atau disebut *portable notebook* atau dikenal pula dengan laptop. Keberadaan laptop memberi kemudahan karena bentuknya yang kecil dan ringan sehingga memudahkan untuk menggunakannya dimana pun dan kapan pun. Sama halnya dengan komputer, laptop juga dilengkapi dengan display warna berkualitas tinggi, *network connection*, kualitas suara yang bagus, dan CD-ROM atau *optical drive* lainnya (Nazianda, 2007).

Di Indonesia, laptop merupakan produk yang sedang mengalami perkembangan. Berbagai merek laptop yang sudah membanjiri pasaran Indonesia seperti Acer, Toshiba, Hp, Axioo, Dell, Asus, Vaio, dan lain-lain. Laptop

merupakan produk yang sering digunakan oleh kalangan pelaku bisnis atau usaha dan pelaku akademik tidak terkecuali juga pada mahasiswa. Dewasa ini, penggunaan laptop pada mahasiswa memiliki peranan yang penting dalam menunjang dunia pendidikan, selain itu laptop juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana hiburan seperti internet, game, menonton film, mendengarkan musik, dan lain-lain. Penggunaan internet memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh berbagai informasi secara lebih luas sehingga mahasiswa bisa memperoleh berbagai ilmu pengetahuan yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat. Oleh karena itu, dengan banyaknya manfaat yang diperoleh dari laptop menyebabkan permintaan laptop meningkat dari kalangan mahasiswa.

Dalam memberikan kepuasan tertinggi pada konsumennya para pengusaha berkewajiban untuk memahami konsumen, mengetahui konsumen, mengetahui apa yang dibutuhkannya, apa selernya, dan bagaimana konsumen mengambil keputusan. Pengusaha yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga pengusaha dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat dan dapat memproduksi barang yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Suroso, 2010).

Menurut Hamidah (2004) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen yaitu konsumen individu, pengaruh lingkungan, dan *marketing strategy* (strategi pemasaran). Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mempengaruhi konsumen mengambil keputusan adalah penggunaan strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat (saluran distribusi). Sebagaimana dikatakan oleh Mc Carthy dalam Kotler (1997) strategi

pemasaran dan strategi bauran pemasaran mempunyai hubungan yang tidak terpisahkan. Strategi bauran pemasaran merupakan salah satu alat dari strategi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan, khususnya dalam fungsi penciptaan pertukaran.

Banyaknya merek laptop yang ada di Indonesia membuat mahasiswa dihadapkan pada berbagai macam pilihan merek laptop yang saling mengunggulkan kualitas produk, desain produk, harga, serta promosi yang menarik konsumen. Perusahaan menggunakan strategi bauran pemasaran tersebut untuk mempengaruhi konsumen dalam memilih merek laptop, sehingga disebut sebagai variabel independen, dimana variabel independen ini bersifat kategori. Sedangkan berbagai macam merek laptop, yaitu Acer, Toshiba, Hp, Axioo, Dell, dan merek lain disebut sebagai variabel yang dipengaruhi atau variabel dependen, dimana variabel dependen ini bersifat kategori, artinya variabel yang skala pengukurannya terdiri dari kumpulan kategori. Oleh karena itu, pengujian analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik multinomial, yaitu sebuah analisis regresi untuk menyelesaikan masalah dimana variabel dependennya mempunyai kategori lebih dari 2 dengan beberapa variabel independen.

Studi kasus pemilihan merek laptop ini dilakukan di Universitas Diponegoro Semarang. Pemilihan lokasi dilakukan dengan mempertimbangkan pentingnya peranan laptop bagi mahasiswa dalam bidang pendidikan. Hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya mahasiswa yang menggunakan laptop di kampus setiap Fakultas dan di area sekitar kampus, misalnya di Widya Puraya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang diambil dalam tugas akhir ini adalah bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap pemilihan merek laptop pada mahasiswa Universitas Diponegoro dengan penerapan analisis regresi logistik multinomial.

1.3. Pembatasan Masalah

1. Responden penelitian merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro. Sampel yang digunakan sebanyak 150 mahasiswa.
2. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan teknik *accidental sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah sampling dimana pengambilan elemen-elemen sampel dilakukan dengan sengaja atau yang mewakili populasi, sedangkan teknik *accidental sampling* adalah sampling dimana cara memilih elemen-elemen sampel dengan subyektif atau yang kebetulan ada (Supranto, 1990).
3. Variabel dependen yang digunakan adalah merek Acer, merek Toshiba, merek Hp, merek Axioo, merek Dell, dan merek lain. Sedangkan variabel independen yang digunakan hanya dibatasi pada 3 unsur bauran pemasaran yang meliputi:
 - a. Produk : kualitas, merek dagang, pilihan, ukuran, ciri-ciri sifat (warna dan desain), jaminan (garansi)
 - b. Harga : daftar harga, potongan (diskon), penghargaan
 - c. Promosi : periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, publikasi

1.4. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran terhadap pemilihan merek laptop pada mahasiswa Universitas Diponegoro
2. Memperoleh model multinomial logit yang paling cocok (*best fitting*) berdasarkan uji signifikansi model pada data respon nominal yang digunakan.
3. Membuat estimasi probabilitas sehingga dapat diketahui merek laptop yang memiliki probabilitas paling besar untuk dipilih mahasiswa Universitas Diponegoro.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah Bab I merupakan Pendahuluan yang berisi latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penulisan, dan sistematika penulisan. Bab II berisi Tinjauan Pustaka, meliputi: deskripsi teoritis, uji validitas dan reliabilitas, uji independensi variabel, dan regresi logistik multinomial. Bab III membahas Metodologi Penelitian yang berisi persiapan, pengumpulan data, dan pengolahan data. Bab IV merupakan Hasil dan Pembahasan dari penelitian tugas akhir yang telah dilakukan. Bab V berisi Penutup yang merupakan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya.