

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Magic com adalah suatu alat rumah tangga yang berguna untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Magic com berguna untuk memasak nasi, magic com ini sangat membantu manusia dalam mengerjakan pekerjaan rumah tangga yaitu memasak nasi, dengan adanya magic com, kita melakukan pekerjaan memasak nasi dengan mudah dan tidak membutuhkan tenaga yang lebih, kita juga bisa melakukan pekerjaan dengan sambil-sambilan, karena dengan magic com kita tidak butuh waktu khusus untuk melakukan pekerjaan tersebut, karena nasi akan masak dengan sendirinya tanpa harus dipantau setiap waktu.

Dengan kesibukan mahasiswa terhadap perkuliahannya, terkadang mahasiswa tidak sempat untuk memasak nasi di tungku dengan memakai dandang, maka dari itu mahasiswa sekarang banyak memilih untuk membeli magic com untuk memasak nasi, sehingga mahasiswa tidak lagi repot untuk memasak nasi. Jadi itulah salah satu alasan mahasiswa banyak menggunakan magic com jika dilihat pada saat ini. Berikut adalah tabel 1.1 yang merupakan persentase jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang yang menggunakan magic com.

Tabel 1.1
Persentase penggunaan magic com pada mahasiswa FEBI UIN Imam
Bonjol Padang

Nama magic com	Jumlah yang memakai magic com	Persentase (%)
Miyako	275	91,05 %
Cosmos	15	4,96 %
Yong ma	-	-
Philip	9	2,98 %
maspion	3	0,99 %
jumlah	302	100 %

Sumber : prasarvei pada konsumen pengguna magic com pada mahasiswa UIN IB Padang.

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase mahasiswa pengguna magic com dengan merek miyako sebesar 91,05%, kemudian merek cosmos sebanyak 4,96%, dan merek yong ma 0 %, merek Philip sebanyak 2,98 %, sedangkan merek Maspion sebesar 0,99%. Dapat disimpulkan bahwa magic com yang banyak dipakai mahasiswa adalah magic com dengan merek miyako.

Keputusan pembelian adalah segala sesuatu yang dikerjakan konsumen untuk membeli, membuang, dan menggunakan produk dan jasa. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian berbeda-beda. Setiap perusahaan berusaha menciptakan suatu konsep pemasaran yang mampu menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu perusahaan juga mengembangkan pengetahuan mengenai perilaku konsumen. Hal ini disebabkan perilaku konsumen sangat berpengaruh terhadap produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian merupakan hal yang lazim dipertimbangkan konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan atas barang maupun jasa.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk membuktikan fungsi-fungsinya yaitu berupa ketahanan atau keandalan, ketelitian, kemudahan untuk mengoperasikan serta perbaikan, serta atribut-atribut lainnya.¹ Banyaknya produk elektronik di pasaran juga mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi karena keinginan. Berikut ini adalah data top brand index (merek-merek yang tergolong sebagai merek yang top). Pada fase elektronik pada tahun 2017 dengan berbagai jenis merek pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.2
Magic com TOP Brand Award

MERK	TBI	TOP
Miyako	33.8%	Top
Cosmos	26.0%	Top
Yong ma	15.8%	Top
Philips	6.0%	
Maspion	5.4%	

Sumber: www.topbrand-award.com (result 2017 kategori elektronik)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa magic com dengan merek miyako di lansir dalam top brand index (TBI) pada tahun 2017 berada pada posisi atau urutan pertama dibandingkan dengan produk lainnya.

Tidak hanya citra merek yang mempengaruhi keputusan pembelian namun harga juga salah satu faktor penentu dalam membeli suatu produk. Berikut ini adalah daftar harga magic com berbagai merek pada tabel 1.3 dibawah ini:

¹ Kotler dkk, *prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal. 99

Tabel 1.3
Harga Magic Com Isi 0,6 Liter

No	Merek	Harga
1	Miyako	Rp. 220.000
2	Philips	Rp. 550.000
3	Maspion	Rp. 158.000
4	Yong ma	Rp. 550.000
5	Cosmos	Rp. 290.000

Sumber : wawancara langsung dengan pemilik surya listrik grosir dan eceran

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa magic com dengan merek miyako termasuk magic com dengan harga murah. Dan itulah menyebabkan magic com dengan merek miyako banyak dipilih atau digunakan dan dikenali oleh masyarakat di Indonesia.

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis memilih skripsi dengan judul : **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Magic Com Miyako Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan atas teknologi saat ini sangatlah tinggi, salah satunya adalah magicom atau pemasak nasi. Sehingga banyak perusahaan teknologi menciptakan berbagai produk dengan kualitasnya, menetapkan harga yang tepat dan menciptakan merek yang mudah diingat oleh konsumen.
2. Konsumen dalam memilih suatu produk tidak terlepas dengan yang namanya membuat keputusan dalam membeli juga berdasarkan adanya pengaruh, citra merek dan kualitas produk dari produk tersebut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian Magic Com Miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian Magic Com Miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang?
3. Apakah citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian Magic Com Miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang?

D. Batasan Masalah

Berdasarkan spesifikasi yang telah dirumuskan di atas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan, penelitian ini dibatasi pada masalah pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian magic miyako. Penelitian ini juga dibatasi dengan masalah objek yang menjadi sasaran penelitian yaitu mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang yang mengontrak rumah yang menggunakan magic com miyako dengan yang berkapasitas 0,6 liter.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini adalah untuk meneliti:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian magic com miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian magic com miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian magic com miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Menambah wawasan penulis, khususnya pada bidang yang diteliti
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu informasi, serta untuk mengetahui keinginan, kebutuhan sekaligus dengan kepuasan konsumen dalam memutuskan membeli suatu barang
3. Sebagai bahan referensi bagi perusahaan elektronik atau magic com miyako untuk memahami peranan citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

4. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut tentang masalah ini secara lebih luas pada masa yang akan datang.
5. Bagi penulis, penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

G. Penjelasan Judul

Berdasarkan judul skripsi yang penulis buat maka dapat dijelaskan pengertian kata-kata yang terdapat pada judul sebagai berikut:

Pengaruh : Dampak yang kuat yang mendatangkan akibat, baik positif maupun negatif

Citra merek : Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, kombinasi dari hal-hal tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa

Kualitas produk : Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan, ketetapan, kemudahan pengoperasian produk juga atribut lainnya.

H. Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah terarahnya skripsi ini dan tersusun secara sistematis maka diurutkan berdasarkan bab-bab dan beberapa sub-sub. Skripsi ini terdapat dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I pendahuluan, dalam bab ini penulis akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat atau kegunaan penelitian, penjelasan judul dan sistematika penulisan.

BAB II landasan teori, dalam bab ini penulis mengemukakan teori yang berkenaan dengan judul dan juga menggambarkan tentang kerangka konseptual yang penulis lakukan

BAB III metodologi penelitian, dalam bab ini penulis menjelaskan metode yang dipakai dalam melakukan penelitian terkait dengan tema yang ditentukan.

BAB IV hasil penelitian, pada bab ini akan disajikan dan analisa terhadap data yang ada serta konsep-konsep yang diteliti dari analisis data tersebut.

BAB V penutup, dalam bab ini penulis mengambil kesimpulan sebagai penutup skripsi sehingga pembaca dapat melihat inti dari isi skripsi ini. Dalam bab ini juga diberi saran penting berdasarkan pada penelitian yang dilakukan untuk pihak terkait.

UIN IMAM BONJOL
PADANG