

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat di segala bidang harus diikuti oleh Indonesia sebagai negara berkembang dalam usaha mengantisipasi era informasi dan persaingan pasar global di masa mendatang. Teknologi perangkat keras komputer berkembang dengan kecepatan yang makin tinggi. Perkembangan ini memungkinkan berbagai aplikasi yang tidak mungkin sebelumnya. Hampir setiap kegiatan bisnis, akademi dan pelayanan sosial membutuhkan perangkat komputer sebagai sarana penting dalam menjalankan kegiatannya, terutama bila kegiatan tersebut menjadi semakin kompleks. Hal inilah yang menyebabkan permintaan terhadap produk-produk teknologi informasi terus meningkat. Berdasarkan data dari Infokomputer, jumlah PC yang terjual di Indonesia selama tahun 1996 lebih kurang 390.000 unit. Angka ini setara dengan enam ratus juta dollar Amerika yang berarti mencapai 54,5% dari belanja teknologi informasi (TI) nasional sebesar US\$ 1100,4 juta untuk tahun yang sama. Dari 390.000 unit PC yang terjual, 60% diantaranya adalah PC desktop. Dengan volume pasar PC yang mencapai enam ratus juta dollar Amerika, pangsa pasar yang ada diperebutkan oleh berbagai merek seperti Acer, IBM, Hewlett Packard, Dell, Compaq, Wearnes dan lain-lain. Peringkat pertama yang menguasai pangsa pasar produk PC di Indonesia yaitu merek Acer dengan pangsa pasar sebesar 18 persen, kemudian disusul berturut-turut oleh Compaq, HP, IBM, Wearnes, Dell, dan merek-merek lain.

Dengan munculnya berbagai merek produk PC yang masing-masing menawarkan beragam atribut, konfigurasi dan kemampuan yang berbeda-beda, maka calon konsumen dituntut lebih selektif dalam memilih merek PC yang ditawarkan di pasaran agar sesuai dengan kebutuhannya.

Pola perilaku konsumen dalam mengambil keputusan mengkonsumsi suatu produk dipengaruhi banyak faktor, salah satunya adalah kualitas produk, karena

kualitas produk yang baik mampu memberikan persepsi yang positif terhadap suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk lain yang ditawarkan di pasar.

Berdasarkan fakta-fakta yang ada pada latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, kemudian dirumuskan masalah : “Apakah ada perbedaan kualitas produk PC desktop ditinjau dari lima tingkatan produk antara merek Wearnes, Acer, IBM, Compaq, dan Hewlett Packard menurut persepsi konsumen di Surabaya? “.

Adapun tujuan ditulisnya skripsi ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas produk PC desktop merk Wearnes, Acer, Compaq, IBM, Hewlett Packard menurut persepsi konsumen di Surabaya, serta mengetahui keunggulan dan kelemahan produk antara PC desktop merek Acer, Compaq, HP, IBM dan Wearnes.

Penelitian yang dilakukan bersifat konklusif deskriptif, data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen pengguna produk yang diteliti dengan karakteristik usia ≥ 17 , mempertimbangkan kualitas, tinggal di Surabaya, frekuensi penggunaan minimal 3 kali seminggu, dan berpendidikan minimal SLTA atau sederajat. Sampel diambil secara acak dengan *quota sampling*. Kuesioner disusun dalam *skala semantic differential bipolar adjective*, *aras interval* 1 sampai dengan tujuh. Metode pengolahan data yang digunakan analisis tendensi memusat, menggunakan mean, deviasi standar, dan koefisien variasi. Rancangan uji beda rata-rata lima populasi yang digunakan adalah Analysis of Variances, kemudian dilanjutkan dengan *analisis paska ANOVA* yaitu *Least Significant Different*. Peubah : univariate, yaitu kualitas produk, dimana Sub peubahnya adalah lima tingkatan produk, yaitu : Core Benefit, Basic Product, Expected Product, Augmented Product , dan Potential Product.

Kesimpulan yang dapat diambil sebagai hasil dari penelitian ini adalah bahwa konsumen memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas produk PC desktop yang diteliti. Tiap-tiap jenis produk memiliki ciri-ciri tertentu

yang lebih menonjol dibanding pesaing sehingga disukai oleh konsumen. Berdasarkan nilai rata-rata secara keseluruhan, peringkat kualitas produk dari kelima merek PC desktop yang diteliti dapat diurutkan sebagai berikut : Compaq, IBM, HP, Acer, dan Wearnnes.

Peneliti

