

Bab I

Pembahasan Kasus

Dalam era globalisasi perkembangan dalam bidang teknologi semakin berkembang. Tidak bisa dipungkiri bahwa penggunaan computer semakin di butuhkan dan sangat bergantung pada computer sebagai alat pembantu ketika melakukan pekerjaan, bukan hanya sebagai kebutuhan tersier tetapi juga menjadi kebutuhan sekunder. Penggunaan computer di era globalisasi ini tidak hanya di gunakan di kalangan orang dewasa saja, tetapi juga di kalangan remaja dan anak-anak. Penggunaan computer pada masa ini lebih trend digunakan computer jinjing atau lebih di kenal dengan laptop atau notebook karena lebih simple untuk di gunakan saat di luar rumah.

Dengan tingginya permintaan dan penggunaan laptop oleh masyarakat banyak produsen computer yang memanfaatkan kesempatan ini untuk memproduksi laptop dengan berbagai merk spesifikasi.

Dari kondisi tersebut di atas, dan semakin tingginya tingkat pendidikan dan kebutuhan masyarakat, maka membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian laptop. Di samping itu konsumen memiliki kebebasan dalam memilih produk. Untuk itu produsen memerlukan strategi dengan tujuan mencapai keunggulan bersaing dan memerlukan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.

Dalam melakukan pembelian, konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk baik mengenai penampilan, spesifikasi, dan harga dari produk tersebut. Selain itu, faktor sosial juga berperan penting. Faktor sosial dalam hal ini adalah dorongan teman atau keluarga. Faktor promosi perusahaan juga berperan penting