

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia memiliki banyak aktivitas. Dalam menjalankan aktivitas-aktivitas tersebut dibutuhkan peralatan yang dapat membantu mereka untuk mempermudah dan mempercepat proses pengerjaan dan segera mendapatkan hasil dari tujuannya. Teknologi komputasi berguna untuk mempermudah seseorang untuk mencapai tujuannya dengan aktivitas yang membutuhkan, memanfaatkan komputer, dalam prosesnya dibutuhkan desain *hardware* maupun *software* komputer tersebut untuk mendapatkan komputer sesuai keinginan pengguna (Assosiation of Computing Machinery, Computing Curricula 2005). Komputer merupakan suatu alat yang dapat diprogram untuk melakukan perhitungan aritmatika dan logika secara otomatis walaupun angkanya berubah-ubah. Pada dasarnya *hardware* komputer memiliki sebuah prosesor dan *memory*.

Saat ini perkembangan teknologi komputer sangat pesat, komputer memiliki kegunaan yang berbeda-beda seperti telepon seluler, *tablet*, *laptop*, *desktop*, kamera, kendaraan, mesin ATM, kasir, alat-alat kedokteran dan lain-lain. Komputer memiliki kegunaan yang berbeda-beda maka isi dari *hardware* komputer juga dibuat dengan bentuk, kapasitas dan kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan. Maka banyak produsen prosesor bersaing dalam memproduksi berbagai jenis prosesor sesuai dengan alat apa yang akan dipasangkan prosesor tersebut.

Prosesor atau mikroprosesor yang juga biasa disebut CPU (*central processing unit*) merupakan sebuah rangkaian elektronik yang bertugas memproses instruksi yang

diberikan oleh sebuah program komputer dengan cara melakukan perhitungan dasar aritmatika dan logika dan menghasilkan *output* yang akan dikeluarkan berupa gambar, tulisan, suara atau hal lain yang dapat diterima oleh manusia, sehingga prosesor merupakan hal terpenting yang akan menjadikan sebuah komputer dapat menjalankan tugasnya. Salah satu kemampuan prosesor komputer saat ini yang sudah digunakan adalah kemampuan komputasi 64 bit yang pertama dipopulerkan oleh AMD pada tahun 1999.

AMD (Advance Micro Devices) merupakan perusahaan semikonduktor yang berasal dari Amerika Serikat, didirikan pada tahun 1969. AMD mengembangkan prosesor komputer dan teknologi yang terkait untuk pasar konsumen dan komersial. Produk utama AMD diantaranya adalah mikroprosesor (CPU) untuk *server*, *workstation*, komputer pribadi juga *chipset motherboard*, kartu grafis (GPU) dan teknologi prosesor untuk perangkat genggam, televisi digital, kendaraan, konsol permainan, dan aplikasi lainnya.

Pada saat ini AMD memiliki satu kompetitor, produk dari kompetitor tersebut saat ini lebih dikenal orang banyak dengan produk andalan mereka yaitu Atom, Celeron, Pentium dan Core (www.intel.com). AMD juga memiliki jajaran produk dalam kategori yang sama yaitu A-series, Athlon, Sempron dan FX (www.amd.com). Saat ini performa tertinggi dari pada prosesor untuk komputer *desktop* berada pada Core i7. Berdasarkan analisa percobaan menggunakan program komputer Cinebench, Core i7 tipe 4770K memiliki nilai 10% lebih tinggi dibandingkan dengan produk AMD pada kelas yang sama yaitu FX-9590, kedua prosesor tersebut diproduksi pada tahun 2013 dan produk AMD FX-9590 tersebut memiliki harga 40% lebih murah.

Saat ini pengguna AMD biasanya adalah orang-orang yang senang memodifikasi komputer karena memang salah satu kelebihan dari prosesor AMD yang dipromosikan

adalah kemampuan *overclock* yang tinggi, *overclock* sendiri merupakan cara dalam memodifikasi sebuah prosesor agar kemampuannya meningkat dalam memproses data, juga kelebihan lainnya dari produk AMD adalah memiliki lebih banyak *core* yang berpengaruh kepada kemampuan *multitasking*. Pengguna kebanyakan komputer *laptop* dan *desktop* lebih familiar dengan produk kompetitor. Menurut data statistik yang dimiliki Valve Corporation pada bulan September tahun 2015 bahwa hanya 24,5% dari seluruh pengguna jasa layanan Steam yang menggunakan prosesor AMD pada komputernya. Valve Corporation adalah sebuah perusahaan penyedia jasa layanan Steam yang merupakan toko distribusi *online* digital.

Suatu produk dapat terlihat oleh masyarakat pada umumnya jika produk tersebut banyak mengadakan program promosi dan iklan pada media masa dan media sosial. Promosi yang dilakukan merek kompetitor lebih banyak dibandingkan dengan AMD. Pada media masa khususnya televisi lokal, kompetitor sering kali menampilkan iklannya. Merek kompetitor seringkali mensponsori acara-acara yang berhubungan dengan komputer, sedangkan AMD terbatas hanya pada media cetak dan internet saja. Tiap tahun, AMD mengadakan acara khusus pengguna produk AMD yang dapat diikuti melalui undangan dan biasanya juga AMD memperkenalkan produk barunya dan memamerkan kemampuan dari produk barunya tersebut.

Pada bulan Juli tahun 2015, AMD diberitakan memiliki kesulitan dalam hal finansial. Dalam dua tahun terakhir, AMD mengalami penurunan sebanyak 35%. Kuartal pertama pada tahun 2015, AMD mengalami penurunan sebesar 8%. Saham AMD pun turun sebanyak 15% dan berada pada harga \$ 2,09, harga tersebut merupakan harga saham AMD terendah semenjak November tahun 2012 dan para analis memperkirakan bahwa AMD akan terus menurun (www.bloomberg.com). Pada bulan Oktober 2015 dikabarkan

Universitas Kristen Maranatha

bahwa AMD telah menjual beberapa pabrik manufakturnya yang berada di Malaysia dan di Cina kepada Nantong Fujitsu Microelectronics dan melakukan *joint venture* dengan perusahaan tersebut. Hal ini juga termasuk dengan pekerjanya yaitu sebanyak 1700 orang (www.guru3d.com).

Bagi orang-orang tersebut, mereka tetap harus memilih *hardware* untuk komputernya terutama memilih prosesor apa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini sangat dipengaruhi oleh persepsi seseorang terhadap suatu produk tertentu, persepsi masyarakat mengenai suatu produk akan sangat menentukan penilaian konsumen terhadap suatu produk, baik atau buruk, sesuai atau tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2000). Persepsi dan pengulangan proses dari mempersepsikan prosesor AMD akan menciptakan *brand image* AMD pada masyarakat.

Berbagai atribut-atribut yang melekat pada produk tertentu, ketertarikan terhadap tawaran atribut tersebut memungkinkan konsumen ingin mencoba produk yang ditawarkan sehingga konsumen memiliki pengalaman. Pengalaman ini akan diseleksi oleh persepsi yang terus berulang sehingga membentuk keyakinan (*belief*) tertentu terhadap merek AMD. Bila konsumen memiliki *brand image* yang positif mendorong konsumen untuk memutuskan membeli produk itu, sebaliknya jika konsumen memiliki *brand image* negatif maka konsumen akan memutuskan untuk tidak membelinya. Apabila suatu produk prosesor komputer dari merek tertentu tidak dapat memuaskan kebutuhan maka konsumen akan memilih produk dari merek lain. Untuk itu penting bagi produsen untuk mendapatkan *brand image* yang positif yang akan dibentuk oleh kegiatan bauran pemasaran atau *marketing mix*.

Marketing mix digunakan untuk menggambarkan kombinasi dari empat buah *input* yang mendasari system inti pemasaran. Keempat aspek ini adalah *product*, *price*, *promotion* dan *place* yang akan dipersepsikan oleh masyarakat terhadap suatu merek. *Product* merupakan kombinasi dari barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. *Price* adalah aspek yang akan menghasilkan pendapatan produsen yang perlu diperhitungkan dan meliputi harga, komisi, diskon dan lain-lain. *Place* merupakan perencanaan dan pelaksanaan penyaluran produk melalui jalur distribusi yang tepat. *Promotion* digunakan oleh produsen untuk melakukan komunikasi dengan konsumen meliputi periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan.

Penggunaan sebuah komputer *desktop* ataupun *laptop* digunakan banyak orang untuk melakukan pekerjaannya dimanapun mereka berada maka mereka membutuhkan alat bantu seperti komputer *laptop* untuk dapat membantu mengerjakan pekerjaannya, hingga seseorang harus memilih spesifikasi *hardware* khususnya prosesor yang cocok bagi pekerjaannya, sedangkan ada sebagian yang senang merakit, membangun dan memodifikasi komputernya agar dapat berjalan dengan stabil dan lebih cepat walaupun orang tersebut tidak terlalu membutuhkan performa komputer yang sangat tinggi.

Orang-orang yang memiliki kegemaran dalam merakit dan memodifikasi komputer tentunya adalah orang-orang yang paling memperhatikan hal-hal tersebut. Beberapa orang yang memiliki kegemaran merakit dan memodifikasi komputer biasa berkumpul dan mendiskusikan bagian-bagian komputer atau *hardware* baru dan melihat kemampuan apa saja yang dimiliki oleh *hardware* tersebut. Beberapa orang tersebut tergabung pada suatu komunitas yang cukup besar dan biasanya mereka saling membantu dalam merakit komputer masing-masing atau terkadang mereka memiliki proyek bersama untuk merakit sebuah komputer dengan kemampuan tertentu yang akan memiliki spesifikasi tertentu

Universitas Kristen Maranatha

sesuai dengan tujuan mereka. Komunitas tersebut merupakan tempat yang baik untuk mencari tahu segala sesuatu tentang komputer, komunitas ini memiliki anggota yang beragam, mulai dari yang ahli sampai orang-orang yang memang ingin mencari ilmu tentang komputer secara umum, juga memiliki umur yang beragam sehingga hampir semua anggota peduli dengan apa yang ada didalam komputer miliknya dan orang-orang ini merupakan pangsa pasar utama bagi produsen perangkat keras komputer termasuk AMD. Khususnya untuk anggota pada tahap dewasa awal sangat mepedulikan isi dari komputernya karena para anggota komunitas tersebut memiliki pola hidup yang kebanyakan aktivitasnya berhubungan dengan komputer.

Berdasarkan hasil wawancara singkat kepada 6 anggota pada komunitas *PC Modding* (komunitas perakitan dan modifikasi komputer) tersebut bahwa terdapat 33% anggota yang menggunakan prosesor AMD dan 67% anggota menggunakan merek lain. Anggota yang menggunakan prosesor AMD tersebut mengatakan bahwa prosesor AMD memiliki harga yang murah dan memiliki kemampuan yang baik dalam *multitasking* karena *core* atau inti prosesor yang lebih banyak. Pengguna prosesor AMD tersebut mengaku sudah pernah menggunakan beberapa jenis produk AMD dan merasa puas karena harganya yang jauh lebih murah dan kemampuan yang tidak jauh dengan produk kompetitornya yang sekelas. Salah satu dari 33% anggota yang menggunakan prosesor AMD tersebut mengaku sebelumnya pada tahun 2005 hingga 2010 menggunakan produk kompetitor dan perakitan tersebut tidak ingin pindah ke kompetitor lagi karena harganya yang cenderung lebih mahal tetapi jarak kemampuannya tidak sebanding, sedangkan 67% anggota lain memilih untuk menggunakan produk kompetitor. Mereka mengatakan bahwa prosesor AMD memiliki panas yang berlebihan dan boros listrik, salah satu anggota diantaranya menambahkan bahwa prosesor AMD relatif lebih lambat, sehingga mereka lebih memilih

produk kompetitor. Dari 67% anggota yang menggunakan produk kompetitor tersebut, terdapat 3 anggota yang menginginkan sebuah komputer *high-end* dan juga ia berpendapat bahwa konfigurasi AMD untuk sebuah komputer *high-end* kurang baik karena tidak memiliki kemampuan *hyper-threading*.

Pertimbangan enam perakitan tersebut dalam memilih prosesor komputer yang utama adalah berdasarkan *budget* yang dimiliki. Mereka akan memilih produk yang terbaik yang bisa mereka beli dengan *budget* yang sudah ditentukan. Tetapi 33% perakitan diantaranya mengatakan bahwa mereka tidak akan memilih produk AMD walaupun harganya murah sesuai dengan *budget* yang mereka miliki karena mereka tidak percaya dengan merek AMD, sedangkan 67% perakitan lainnya tetap akan memperhitungkan produk-produk AMD untuk dibeli jika sesuai dengan *budget* yang mereka miliki. Ketika membeli, mereka memperhitungkan fitur-fitur yang dimiliki oleh suatu prosesor komputer, yang mereka butuhkan diantaranya adalah jumlah *core* yang tinggi, sedangkan makin banyak *core* yang dimiliki oleh suatu prosesor, semakin banyak listrik yang digunakan. Pada produk kompetitor yang pada umumnya memiliki jumlah *core* yang lebih rendah jika dibandingkan AMD, produk kompetitor tersebut memiliki fitur *hyper-threading* yang dapat menggantikan jumlah *core* tersebut sehingga lebih irit listrik tetapi memiliki biaya produksi yang lebih tinggi karena rangkaian elektronik yang dimiliki akan lebih rumit.

AMD memang sudah dikenal sebagai prosesor yang panas pada produknya tahun 90 akhir hingga 2000 awal. Tetapi berdasarkan percobaan menggunakan program aplikasi AIDA64, panas yang dihasilkan oleh produk prosesor AMD terbaru sama saja dengan produk kompetitor tetapi sampai saat ini produk AMD masih dipercaya merupakan produk yang mudah panas dan banyak orang yang masih mempercayai hal tersebut tanpa mencari tahu lebih lanjut mengenai produk AMD. AMD seringkali diulas oleh banyak media dan

Universitas Kristen Maranatha

kebanyakan dari ulasan tersebut menyebutkan bahwa produk AMD memiliki “*price-performance*” yang sangat baik karena performa yang diberikan sangat baik jika dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan dan keenam perakitan tersebut juga mengakuinya. AMD juga lebih populer pada orang-orang yang merakit komputer dengan pada kelas *low-end* dan *mid-end*, biasanya orang-orang yang lebih memiliki budget yang rendah dan ingin menaikkan performa komputernya dengan modifikasi.

Salah satu produk prosesor AMD yang sangat populer di pasaran adalah seri APU, produk ini merupakan produk kelas menengah andalan AMD karena merupakan produk yang cukup unik, produk prosesor komputer AMD berjenis A-series memiliki dua fungsi berbeda yaitu sebagai CPU dan GPU dalam satu rangkaian. Produk seperti ini hanya dimiliki oleh AMD sehingga bagi perakitan yang memiliki dana terbatas dan membutuhkan kedua fungsi tersebut, produk jenis tersebut merupakan pilihan yang baik. Terutama untuk laptop dan banyak merek-merek laptop yang memproduksi laptopnya dengan produk AMD tersebut, hal ini merupakan sisi positif lainnya dari produk prosesor AMD yang ada di pasaran. Kebanyakan promosi yang dilakukan AMD merupakan promosi untuk produk APU tersebut.

Brand image pada suatu produk, khususnya pada produk prosesor komputer AMD akan sangat berpengaruh terhadap penjualan produk tersebut. *Brand image* yang positif akan mempengaruhi cara berpikir konsumen saat akan memilih prosesor komputer yang akan ia beli, konsumen akan terus menerus membeli produk prosesor AMD karena citra yang dimiliki oleh merek AMD baik dan jika pengguna puas menggunakan produk tersebut maka mereka akan terus membeli atau bahkan membela merek tersebut. Saat ini AMD melakukan promosi yang minim akan produknya, tetapi masih banyak orang-orang yang mengetahui keberadaan produk prosesor AMD dan tetap memilih produk prosesor

Universitas Kristen Maranatha

komputer AMD. Berdasarkan wawancara singkat pada komunitas “X”, prosesor komputer AMD yang ada saat ini pada perakitan dinilai kurang baik dan hal tersebut sudah terjadi sejak bertahun-tahun, tetapi sampai saat ini pun masih ada yang tetap memilih merek AMD dan melihat produk prosesor AMD sebagai pilihan saat membeli prosesor komputer.

Pendapat perakitan terhadap prosesor AMD kurang baik, sedangkan masih ada orang-orang yang percaya dan tetap setia dengan produk AMD, juga jenis produk yang unik dimiliki oleh AMD, maka peneliti tertarik untuk meneliti studi deskriptif *brand image* prosesor komputer AMD pada Komunitas “X” di Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Bagaimana tingkat *brand image* prosesor AMD pada komunitas “X” di Bandung (Komunitas perakitan dan modifikasi komputer).

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat perbedaan *brand image* prosesor AMD pada komunitas perakitan dan modifikasi komputer.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

1. Menjadi acuan kepada peneliti lain mengenai *brand image* pada prosesor komputer bermerek AMD.
2. Memberikan informasi mengenai *brand image* bagi bidang psikologi konsumen.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Memberikan informasi kepada pihak AMD mengenai *brand image* produk mereka pada perakitan komputer.
2. Memberikan masukan pada pihak AMD mengenai aspek dari 4P yang dapat membentuk *brand image* positif dan negatif sehingga dapat ditindak lanjuti.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pengguna komputer yang senang merakit dan memodifikasi komputernya sendiri sering kali berkumpul dan membuat komunitas untuk mendiskusikan dan mencoba-coba bagian dari komputer lalu merakitnya dan menganalisa hasilnya dengan menggunakan program-program aplikasi yang akan menghitung kemampuan komputer yang telah mereka rakit dan mendapatkan skor *benchmark* dari beberapa program komputer dengan nilai yang baik. Juga perakitan komputer memikirkan kebutuhannya berdasarkan *budget* yang mereka miliki, mereka akan melihat produk terbaik mana yang bisa ia dapatkan sesuai *budget* yang anggota tersebut miliki. Sehingga mereka mencari *hardware* yang memang bisa diandalkan untuk pekerjaan-pekerjaan yang membutuhkan kecepatan terutama prosesor. Kemampuan prosesor sangatlah penting karena prosesor merupakan hal utama yang menjadikan sebuah komputer bisa berfungsi dan akan sangat berpengaruh terhadap hasil analisa tersebut. Anggota komunitas perakitan pun melihat iklan-iklan yang dikeluarkan oleh AMD, biasanya dalam iklan tersebut menginformasikan detail mengenai produk sehingga orang yang melihat iklan tersebut akan tertarik dan mengetahui kelebihan prosesor AMD, juga pengguna prosesor AMD akan mempengaruhi orang lain. Seseorang yang sudah merasa puas dengan prosesor AMD

akan memperlihatkan bagaimana komputernya bekerja dengan menggunakan prosesor AMD yang akan juga mempengaruhi orang lain dalam memilih prosesor AMD.

Anggota dari komunitas tersebut sangat menyadari akan produk atau merek baru. Mereka secara alami akan sering mencoba-coba dan meluangkan waktu untuk melihat produk-produk yang ditawarkan oleh toko. Banyak responden membandingkan harga dengan merek sebelum membeli. Hal ini berlaku pula untuk produk prosesor komputer. Para anggota komunitas perakitan dan modifikasi komputer mempertimbangkan berbagai hal mengenai suatu produk dengan merek tertentu.

AMD mempromosikan produk prosesor komputernya sebagai produk yang cepat, memiliki *core* yang banyak, dan dapat bekerja *multi-tasking* dengan baik juga memiliki kemampuan *overclock* yang tinggi. AMD bertanggung jawab dalam memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna produk prosesor komputernya agar pengguna tetap loyal dan terus mempercayai produk AMD untuk kedepannya. Informasi yang didapatkan oleh anggota komunitas perakitan dan modifikasi komputer melalui berbagai media yang digunakan oleh AMD untuk menyampaikan pengetahuan sekaligus mengenai atribut yang menjadi ciri khas pada merek tersebut.

Brand Image adalah persepsi yang diberikan oleh konsumen terhadap suatu produk atau barang untuk membentuk suatu *image* berdasarkan *marketing mix* yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi) dan *place* (tempat pendistribusian). Pembentukan *Brand Image* dalam diri individu adalah melalui proses persepsi (Kotler, 2003). Hasil persepsi dan pengalaman yang telah berulang kali dialami mengenai prosesor AMD berdasarkan *marketing mix* akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil tindakan terhadap produk prosesor AMD. *Image* positif yang dimiliki

seseorang terhadap prosesor AMD dapat mendorong untuk menggunakan produk tersebut, sedangkan *image* negatif yang dimiliki seseorang akan mengurangi minat untuk membeli prosesor AMD.

AMD sendiri merupakan merek yang sudah cukup lama berada di pasaran dan dikenal oleh banyak orang terutama yang sering melakukan aktivitas yang berhubungan dengan komputer dan teknologi informasi. Dalam menjangkau konsumen, produsen perlu memperhatikan pilihan-pilihan dari konsumen berdasarkan kebutuhan mereka.

Merek adalah sesuatu yang serupa dengan pemasaran yang bertanggung jawab untuk menciptakan dan memberikan kepuasan bagi konsumen dan selanjutnya membuat konsumen loyal serta mau mengonsumsi, suatu merek produk secara berulang-ulang setiap aspek dari bauran *marketing mix* yang meliputi produk, harga, promosi, kegiatan distribusi dapat merupakan atribut menonjol yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dalam mengonsumsi atau merasakan manfaat dari suatu merek produksi. Oleh karena itu dalam memposisikan suatu merek atau brand haruslah melibatkan keempat aspek tersebut. Tujuan dari *marketing mix* adalah membangun brand image. Brand Image adalah persepsi yang diberikan oleh konsumen terhadap suatu produk atau barang untuk membentuk suatu image. Pembentukan Brand Image dalam diri individu adalah melalui proses persepsi.

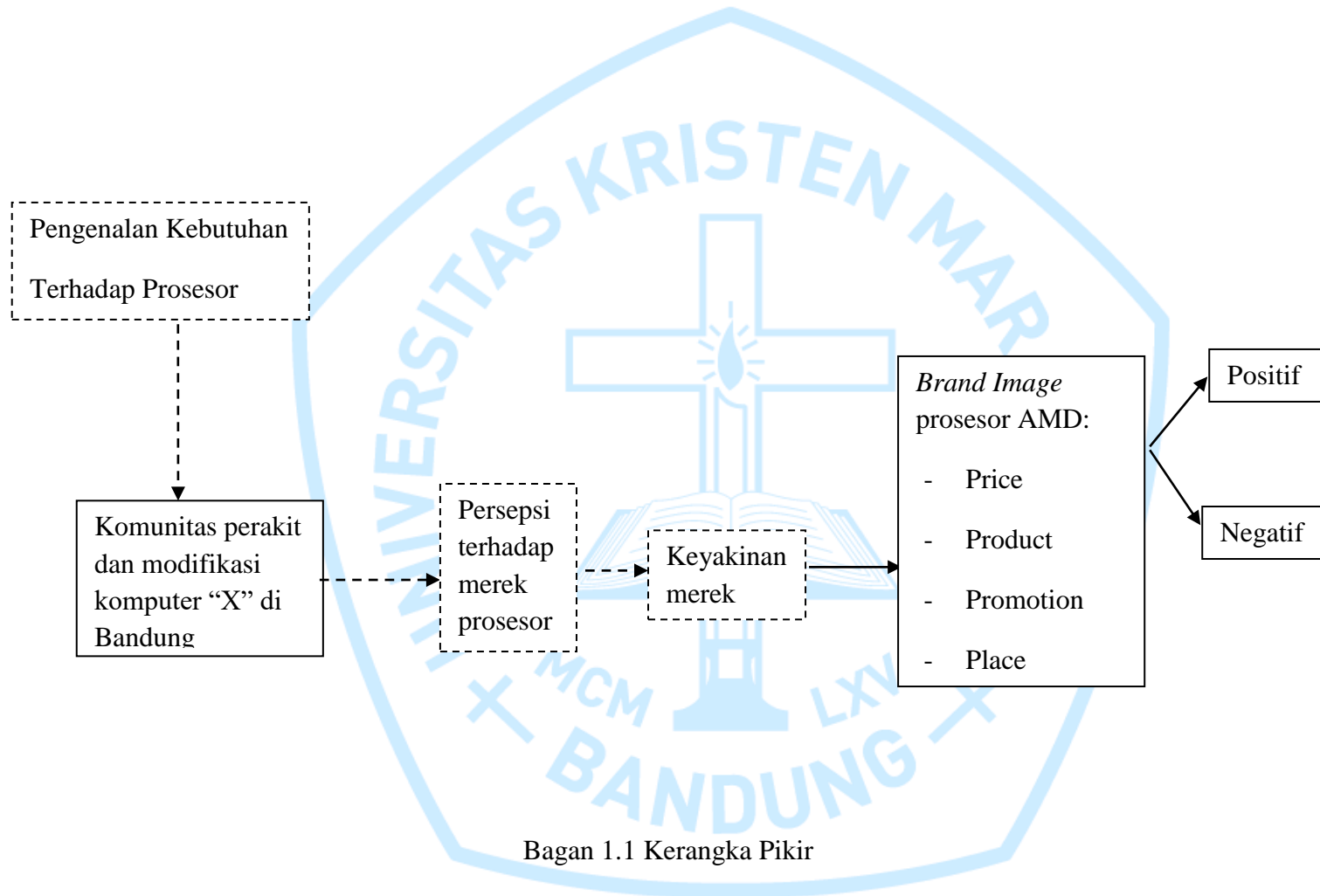
Atribut-atribut dari *brand image* (Kotler, 2000) dikelompokkan melalui empat P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi) dan *place* (tempat pendistribusian). *Product* adalah penawaran yang ditawarkan perusahaan yang pada saat ini merupakan sebuah prosesor komputer yang dikeluarkan oleh AMD, *price* merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan produk tersebut, banyak perakit

yang memilih prosesor komputer berdasarkan *budget* yang mereka miliki, maka atribut ini cukup penting dan berpengaruh terhadap produk prosesor AMD. *Place* adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran, contohnya saluran pemasaran, cakupan pasar, lokasi, ketersediaan barang atau transportasi, AMD memasukan produk prosesornya kepada *retailer* komputer di banyak tempat maka banyak orang yang dapat melihat atau membeli produk prosesor AMD. Aspek selanjutnya adalah *Promotion* yang merupakan kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran, melalui promosi penjualan, periklanan, tenaga penjual, *public relation* dan pemasaran langsung, AMD seringkali melakukan acara-acara eksklusif yang memperkenalkan produk terbarunya sehingga banyak pengguna yang akan mengetahui keberadaan produk prosesor AMD. Informasi tersebut akan menjadi stimulus yang terseleksi dalam proses persepsi yang akan menjadi *belief* seseorang untuk membuat suatu pertimbangan atau evaluasi alternatif yang memiliki atribut yang sama.

Brand image telah terbentuk dan digunakan oleh orang tersebut untuk memilih merek yang ada. Anggota komunitas akan menseleksi pilihan merek lain, apa yang menjadi kelebihan prosesor AMD untuk dipilih jika dibandingkan dengan merek lain. Seseorang dapat melakukan hal tersebut dengan memperhatikan atribut yang menonjol dari produk AMD seperti harga ataupun pendistribusian produk tersebut. Para anggota komunitas akan bertindak dan belajar sebagai konsumen untuk mendapatkan keyakinan terhadap merek AMD bahwa produknya memiliki kualitas yang baik dan sikap pada merek AMD untuk menggunakan produknya (*belief & attitude*). Hal tersebut berpengaruh pada perilaku membeli, keyakinan adalah gambaran pemikiran yang terdapat oleh pengguna mengenai prosesor AMD sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan emosional serta

kecenderungan tindakan yang menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap objek atau gagasan (Kotler, 2003). Anggota komunitas perakitan dan modifikasi komputer akan menempatkan sikapnya suka atau tidak suka pada prosesor komputer AMD. Sikap tersebut akan menyebabkan pengguna berperilaku secara konsisten terhadap prosesor komputer AMD. Sikap dan keyakinan akan saling mempengaruhi serta akan membentuk *image* terhadap produk ataupun merek AMD.

Anggota komunitas perakitan dan modifikasi komputer memiliki *brand image* yang berbeda-beda mengenai prosesor AMD tergantung pada informasi yang diterima melalui keempat aspek bauran pemasaran. Informasi mengenai kelebihan dari keempat aspek tersebut akan membentuk *image* yang positif terhadap prosesor komputer AMD dan sebaliknya, kekurangan dari keempat aspek tersebut akan membentuk *image* yang negatif terhadap prosesor komputer AMD.



1.6 Asumsi

1. *Brand image* prosesor komputer AMD dibentuk oleh 4 aspek atau lebih dikenal dengan 4P, yaitu *product, price, place, promotion*.
2. Anggota komunitas perakitan dan modifikasi komputer “X” di kota Bandung memiliki persepsi dan keyakinan (*belief*) yang berbeda-beda terhadap prosesor komputer AMD yang dapat bersifat positif atau negatif.

