

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

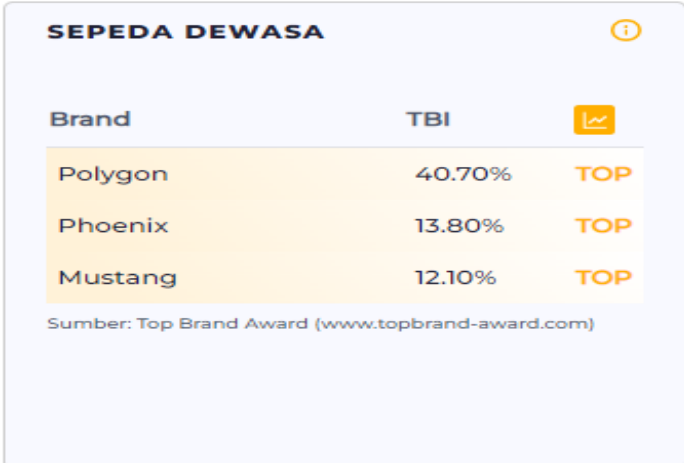
Dalam era new normal ini sudah terjadi perubahan pola kehidupan dimana seseorang dapat beraktifitas, berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama, sehingga hal ini dapat memunculkan sikap optimis masyarakat khususnya para pelaku bisnis dalam dunia usaha sebagai pemulihan dan pertumbuhan serta perkembangan ekonomi. Dalam melakukan perkembangan sebuah bisnis, perusahaan harus mampu berinovasi dan bisa menganalisis peluang pasar baru sehingga konsumen mempunyai minat akan membeli sebuah produk, seperti halnya produk sepeda yang menjadi trend olahraga di era pandemi covid 19, dikarenakan dapat meningkatkan sistem imun tubuh.

Sepeda merupakan alat transportasi yang sudah sangat umum dan digunakan di semua kalangan, sepeda selain sebagai sarana olahraga juga dapat dipergunakan untuk ke kantor, ke sekolah, ke kampus, berbelanja, untuk sarana rekreasi yang tentunya sangat ramah lingkungan. Saat ini sepeda jenis *mountain bike* (MTB) atau sering disebut dengan sepeda gunung, sangat populer di Indonesia, dikutip dari iprice.co.id. Sehingga banyak para pengguna sepeda dan komunitas sepeda yang menggunakannya, karena bisa digunakan pada jalur *off road* maupun *on road*. Pada masa pandemi banyak bermunculan komunitas-komunitas sepeda dan para goweser, dengan alasan sebagai sarana olahraga, selain itu mereka juga memanfaatkan bersepeda sebagai sarana rekreasi dalam menghilangkan kepenatan, karena himbauan pemerintah yang hanya

diperbolehkan beraktifitas dirumah. Ada banyak sekali produk-produk sepeda yang bermunculan antara lain Polygon, United, Wimcycle, Pacific, Element, dan lain sebagainya. Salah satu produk sepeda yang merupakan buatan Indonesia adalah sepeda merek Polygon yang sukses menjadi *brand* global yang mampu bertahan dari para pesaing sepeda impor.

Polygon merupakan sepeda yang berkualitas global dari PT. Inersa Sena yang berada di Sidoarjo, Jawa Timur, yang memproduksi berbagai jenis sepeda dengan berbagai variasi dan harga dari kisaran dari Rp 2.000.000- an sampai puluhan juta rupiah yang disesuaikan dengan spesifikasi sepeda itu sendiri.

Tabel 1.Data dari Top Brand Indeks 2022



Brand	TBI	
Polygon	40.70%	TOP
Phoenix	13.80%	TOP
Mustang	12.10%	TOP

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Dilansir dari Top Brand Index tahun 2022, Polygon memiliki prosentase 40.7%, yang merupakan prosentase tertinggi dari *brand* lainnya, hal tersebut dapat membuktikan bahwa produk sepeda Polygon mempunyai kualitas produk yang bagus dimana kualitas produk menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah perusahaan agar dapat bersaing di pasar dan tentunya dapat menjadikan kepercayaan konsumen, sehingga dapat menarik minat beli konsumen pada produk tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shanti Mardhatillah (2016) mengungkapkan bahwa minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Ketika produk memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen, maka minat beli konsumen cenderung tinggi. Oleh karena itu, kualitas produk merupakan karakteristik atau sifat dari barang dan jasa yang mampu memenuhi kebutuhan. Menurut Apriani (2019), kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan produk untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan, seperti keandalan produk, ketahanan produk, kemudahan penggunaan produk, dan atribut lain yang bernilai. Keputusan pembelian konsumen seringkali dipengaruhi oleh faktor kualitas produk. Jika produk memiliki kualitas yang tinggi, calon konsumen akan mempercayai produk tersebut dan cenderung tertarik untuk melakukan pembelian. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak memadai, maka konsumen akan meragukan minat beli mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik & Efendi (2022), yang menemukan bahwa kualitas produk secara individu berpengaruh positif terhadap minat beli.

Selain kualitas produk, minat beli juga dapat dipengaruhi oleh *brand trust* dapat dikatakan sebagai merek yang dapat dipercaya oleh konsumen, dimana kepercayaan itu berdasarkan keyakinan konsumen dalam membeli sebuah produk serta penilaian yang baik dari konsumen lain. Ketika seseorang akan melakukan pembelian, hal yang pertama dilakukan yaitu mempertimbangkan apakah produk tersebut bisa dipercaya atau tidak, sehingga perusahaan harus mampu membangun kepercayaan tersebut dalam produknya (Mustika Hapsari & Setya Marwati, 2022). Kepercayaan juga dapat diartikan sebagai kesan dan nilai yang diberikan

konsumen kepada suatu barang dengan berdasarkan pengalaman konsumen, sehingga dapat menciptakan kepercayaan konsumen dalam suatu barang atau jasa. (Muhtarom et al., 2022).

Tidak hanya Kualitas Produk dan *Brand Trust* saja, kelompok referensi juga dapat mempengaruhi minat beli, Sandala et al., (2021) berpendapat bahwa kelompok referensi adalah sekumpulan orang-orang yang bersosialisasi dengan niatan untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan bersama. Konsumen yang belum berpengalaman atau belum memiliki pengetahuan suatu produk, maka konsumen tersebut menggunakan cara dengan melihat rekomendasi dari orang lain termasuk kelompok referensi seperti contoh teman kerja, keluarga, rekan yang dianggap sudah berpengetahuan dan berpengalaman yang dapat dipercaya untuk dijadikan sebagai dasar pertimbangan dan informasi untuk memilih suatu produk (Shanti Mardhatillah, 2016).

Berdasarkan uraian latar belakang, sehingga penulis tertarik guna mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Trust* Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Merek Polygon Pada Komunitas Gowes Di Ponorogo”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang maka perumusan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo ?
2. Apakah *Brand Trust* Berpengaruh Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo ?
3. Apakah Kelompok Referensi Berpengaruh Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo ?
4. Apakah Kualitas Produk, *Brand Trust*, dan Kelompok Referensi secara simultan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo ?

C. Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk :

1. Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo
2. Mengetahui Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo
3. Mengetahui Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo
4. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Brand Trust*, dan Kelompok Referensi secara simultan terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat-manfaat seperti berikut :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan penelitian ini, perusahaan dapat melihat bagaimana pengaruh Kualitas Produk, *Brand Trust* Dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Beli Sepeda MTB Polygon pada Komunitas Gowes di Ponorogo

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan peneliti dalam bidang studi ini. Selain itu, peneliti juga dapat menerapkan teori-teori dan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan dalam konteks yang nyata. Hal ini dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut dan memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Peneliti Mendatang

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang dan menjadi dasar untuk pengembangan penelitian yang lebih lanjut. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pijakan untuk mengembangkan penelitian yang lebih komprehensif, menguji variabel tambahan, atau melibatkan sampel yang lebih luas.