

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Kebutuhan konsumen akan keselamatan dan kenyamanan dalam berkendara menjadi hal yang sangat penting khususnya bagi pengendara sepeda roda dua atau sepeda motor. Di dalam berkendara harus melengkapi peraturan yang ada terutama harus memakai helm yang standar demi keselamatan pengendara. Helm tidak hanya bertujuan untuk perlindungan atau proteksi saja, namun juga untuk estetika si pemakai helm. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata helm adalah penyokong kepala yang dibuat dari bahan yang tahan benturan (dipakai atau digunakan oleh tentara, anggota barisan pemadam kebakaran, pekerja tambang, penyelam bagian dari pakaian, pengendara sepeda motor, dsb).

Helm yang standar haruslah mempunyai lapisan batok kepala atau tempurung kepala, lapisan pelindung bagian dalam untuk meresap energi benturan, pelindung wajah, bantalan kenyamanan untuk dikepala, lapisan pengaman, alat penahan, tali memegang, pentup dagu, pet, penutup wajah bagian bawah, lubang, ventilasi udara, lubang pendengaran, jaring helm, dan bidang dasar kepala. Helm yang tidak memenuhi spesifikasi diatas maka tidak termasuk barang atau helm standar.

Persaingan antara perusahaan helm semakin ketat. Mereka dituntut memenuhi kebutuhan konsumen dan harus menciptakan produk yang berkualitas serta memiliki perbedaan dari produk pesaing lainnya. Dengan menciptakan produk yang berbeda dari yang lain dapat menjadi strategi yang efektif dan efisien untuk perusahaan memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap masing-masing pihak, baik dari pihak pembeli maupun pihak penjual. Pembeli akan membeli produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan bagi perusahaan mereka ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya.

Pengusaha berupaya menciptakan berbagai jenis produk yang berbeda dari produk pesaing lainnya, misalkan dalam industri otomotif seperti sepeda motor. Perlengkapan yang digunakan dalam mengendarai sepeda motor adalah helm, jaket, sarung tangan dan sepatu. Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman saat dipakai. Biasanya helm yang semacam ini sudah lulus persyaratan Departement of Transportation (DOT) atau standar transportasi Amerika Serikat. Ada juga standar-standar lain seperti untuk Eropa, Jepang, bahkan Indonesia sendiri harus memiliki label Standar Nasional Indonesia (SNI). Kualifikasi helm yang memenuhi aturan SNI adalah helm yang terbuka (open face) dan tertutup (full face). Helm terbuka memiliki bentuk konstruksi bagian yang dapat menutup kepala sampai dengan bagian leher dan menutup depan kuping, sedangkan full face memiliki bentuk helm yang menutup kepala atas,

bagian leher dan bagian mulut. (<http://www.mgblog.id/2015/06/5-alasan-mengapa-anda-harus-punya-helm.html?m=1>)

Dapat dilihat dari banyaknya jenis dan merk helm yang ada dipasaran. Sekarang banyak merk helm yang ditawarkan dipasaran luas seperti merk Bmc, Gm, Kyt, Ink, Vog, Maz, Bogo, dll. Bogo merupakan salah satu merk helm yang ada di Indonesia yang sudah memiliki Standart Nasional Indonesia (SNI), ternyata helm ini bukanlah di produksi oleh perusahaan yang besar melainkan hanya diproduksi oleh home industri. Sejak tahun 2000 mereka terus berkarya mengembangkan keunikan dan model-model produknya.

(<http://lekonohelm.blogspot.co.id/2014/07/list-tipe-and-color-of-lek-ono-helm.html?m=1>)

Pada tahun 2007 salah satu pemegang hak desain helm bogo mengalami kerugian dikarenakan banyak beredarnya helm bogo yang diproduksi oleh orang lain, sehingga akhirnya dia mengambil langkah hukum untuk menyelesaikan masalah tersebut. Ketua majelis pengadilan menyatakan bahwa orang tersebut dinyatakan bersalah karena telah memproduksi dan memperbanyak maupun menggunakan dan memakai secara tanpa hak atas desain industri kaca helm yang telah terdaftar dengan No ID 0012832 D milik Toni. Toni telah bekerja sama dengan perusahaan yang ada di Malaysia, Bo Go Optical Sdn Bhd dalam memproduksi dan mencetak desain industry kaca helm serta peredarannya di Indonesia.

Helm Bogo adalah helm yang digunakan untuk melindungi kepala dari benturan dan kecelakaan tetapi dengan motif tertentu sehingga kelihatan sedikit lebih bagus dan mengikuti trend anak muda jaman sekarang. Kaca helm yang digunakan jenis ini memiliki bentuk yang unik dan berbeda dengan jenis helm yang lainnya sehingga banyak yang menggemarnya. Dari yang masih sekolah sampai yang sudah bekerja sekalipun. Selain bentuk kaca yang unik helm ini juga memiliki body yang menarik dibandingkan dengan helm yang lain. Modelnya yang kekinian menjadi daya tarik tersendiri dimata para pembeli. Berikut adalah visualisasi gambar helm yang ada dipasaran :

Visualisasi Gambar Helm di Pasaran

Tabel 1.1

	
<p><i>Helm Ink (Sumber: Lazada)</i></p>	<p><i>Helm Bmc (Sumber: Lazada)</i></p>



Konsumen akan membeli barang apa yang diinginkan sesuai dengan apa yang dibutuhkannya. Namun, dalam melakukan keputusan pembelian biasanya konsumen memiliki pertimbangan- pertimbangan yang berbeda. Konsumen membeli helm berdasarkan dorongan adanya kebutuhan dalam berkendara untuk melindungi kepala dari benturan atau kecelakaan. Dari banyaknya produk yang ditawarkan dipasaran maka konsumen akan melakukan suatu pembelian berdasarkan pilihan yang ada. Menurut Shiffman dan Kanuk (2000) mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternative atau lebih. Sedangkan setiadi (2003) mendefinisikan inti dari pengambilan keputusan konsumen ialah suatu proses penggabungan yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku seorang konsumen sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika

konsumen secara sadar memilih salah satu pilihan produk diantara alternatif produk yang tersedia.

Produk memiliki arti penting untuk perusahaan karena bila tidak adanya produk maka perusahaan tidak mungkin dapat menjalankan apapun dari perusahaannya. Seorang pembeli akan membeli suatu produk apabila cocok dengan keinginannya, oleh karena itu perusahaan harus membuat produk sesuai dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli. Dapat disimpulkan bahwa suatu produk haruslah dibuat sesuai pangsa pasar atau selera konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 346) “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pembeli”. Mc Charty dan Perreault (2003: 107) mengemukakan bahwa, “Produk merupakan hasil dari produksi yang akan diberikan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya”. Sedangkan menurut Saladin (2002:121), “ produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen”.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dinilai menjadi pertimbangan untuk para konsumen sebelum mereka memutuskan membeli produk tersebut. Kualitas produk ditentukan untuk kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan dan tidak ketergantungan pada produk atau komponen yang lainnya., eksklusifitas, kenyamanan, wujud diluar (warna, bentuk,

pembungkusan atau pengemasan, dan lain sebagainya) (Handoko, 2000). Menurut Kotler (2005:49) "Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk ataupun pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Artinya konsumen akan mengevaluasi produk yang mereka gunakan apakah berkualitas atau tidak.

Dari segi keamanan dan kenyamanan helm itu sendiri memiliki manfaat yaitu untuk melindungi kepala dari benturan atau kecelakaan, helm Bogo salah satunya juga memiliki busa yang nyaman untuk dipakai atau digunakan. Helm Bogo memiliki kaca yang sangat unik dibandingkan dengan kebanyakan helm yang digunakan oleh masyarakat yaitu kacanya yang cembung membuat helm Bogo memiliki ciri khas tersendiri. Cronin & Taylor, 1992; Pasuraman Zeithaml & Berry 1996 mengatakan "Bahwa kualitas produk seringkali menjadi acuan utama dalam membangun strategi pemasaran dan ikut menentukan keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan. Karena kualitas produk yang paling baiklah yang akan lebih dipilih oleh konsumen".

Harga merupakan segala sesuatu yang diberikan dari pelanggan untuk memperoleh keunggulan yang telah ditawarkan oleh bauran pemasaran (Cannon, 2008:176). Menurut pendapat Ginting (2012 :10), "Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen dalam mendapatkan barang maupun produk yang mereka butuhkan". Daryanto (2013:62) mengartikan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dituntut untuk suatu produk atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat memiliki maupun

menggunakan produk tersebut. Dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang atau materi yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan atau mereka butuhkan.

Setiadi (2010:77) berpendapat bahwa gaya hidup didefinisikan secara luas sebagai cara hidup yang dihabiskan oleh seseorang dengan cara menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia disekitarnya (pendapat). Dalam pembelian helm, konsumen tidaklah mementingkan untuk keselamatan dirinya saja melainkan juga untuk gaya hidup mereka yang cenderung mengikuti trend yang ada dimasyarakat luas. Dengan berkembangnya zaman, faktor keamanan dan kenyamanan tidak cukup. Ada istilah aman dan fashionable. Walaupun hujan atau panas di jalan harus tetap gaya. Faktor model sering menjadi pertimbangan utama. Sebagian biasanya disesuaikan dengan tipe kendaraan yang dipakai. (<http://jabar.tribunnews.com/2015/05/12/pilih-helm-yang-bukan-asal-gaya>)

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti bahwasanya dari mahasiswa yang telah dijumpai sejumlah 10 orang ternyata 6 orang diantaranya menggunakan helem merk BOGO, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan adanya fenomena yang ada. Penelitian ini berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Bogo (Survei pada Mahasiswa Semester 1 sampai dengan Semester 7 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammaadiyah Ponorogo)”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti perlu melakukan pembatasan masalah agar terfokus dalam satu topik permasalahan. Masalah yang diteliti adalah Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek Bogo (Survei pada Mahasiswa Semester 1 sampai dengan Semester 7 Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

1. Apakah variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah variabel Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui apakah variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk, harga, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi bagi ilmu pemasaran dan sebagai bahan pertimbangan buat rekan-rekan mahasiswa serta menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian yang akan datang

2. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pembelajaran dan pemahaman mengenai perilaku konsumen dan juga sebagai praktek dari apa yang telah diajarkan dibangku perkuliahan

3. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan referensi untuk penelitian selanjutnya.

