

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada awal tahun 2020 ketakutan dan kecemasan melanda dunia, muncul virus baru yaitu COVID-19 tidak dipungkiri jika COVID-19 (*Coronavirus Disease-19*) mengguncang peradaban manusia di dunia. Munculnya Covid 19 menjadi masalah besar dalam dunia kesehatan, virus ini telah menyerang berbagai Negara bahkan seluruh dunia. Hampir tidak ada negara yang tidak merasakan betapa ganasnya virus baru ini. Virus corona ini menyerang system pernafasan pada manusia. Pandemi COVID-19 (*Coronavirus Disease-19*) memberikan pengaruh kepada manusia untuk hidup secara sehat, berbagai aktifitas dilakukan untuk menjaga kesetabilan tubuh dan meningkatkan imunitas tubuh agar tidak mudah sakit. Memiliki daya tahan tubuh yang kuat itu sangat penting karena dapat mencegah kita dari penyakit terutama di masa pademi COVID-19 (*Coronavirus Disease-19*).

Dampak dari adanya COVID-19 di Indonesia ini menyebabkan di tetapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh bapak Presiden Joko Widodo, dimana pembatasan ini di tetapkan pada tempat-tempat ramai seperti tempat kerja, sekolah, tempat ibadah dan lain sebagainya. Dalam menghindari penyebaran penyakit COVID-19 ini, Berolahraga adalah salah satu upaya yang di lakukan masyarakat untuk meningkatkan kesehatan tubuh, pada pandemic ini aktivits berolah raga yang paling mencolok dan menarik perhatian adalah bersepeda. Olah raga bersepeda menjadi meningkat di Indonesia bahkan di dunia,

masyarakat berbondong-bondong untuk membeli sepeda. Bahkan bersepeda kini telah menjadi tren di semua wilayah Indonesia bahkan tren dunia.

Saat ini terdapat berbagai macam merek sepeda yang diminati oleh masyarakat. Di Indonesia terdapat 3 (tiga) perusahaan yang menjadi pemain besar di industri sepeda, yaitu PT Insera Sena dengan merek sepeda lokalnya Polygon, PT Terang Dunia dengan merek sepeda lokalnya United Bike, dan PT Wijaya Indonesia Makmur Bicycle dengan merek sepeda lokalnya Wim Cycle. Segmen yang dituju oleh sepeda merek Polygon, United Bike, dan Wim Cycle pun sama yaitu kalangan menengah ke atas. Semua sepeda lokal ini juga di ekspor ke berbagai negara karena kualitasnya yang sama-sama tinggi dan mampu bersaing dengan merek sepeda asing. Diantara ketiga merek sepeda tersebut Polygon adalah salah satu merek sepeda yang paling mendominasi atau paling ternama di Indonesia dibandingkan merek sepeda lainnya.

Polygon merupakan sebuah merek sepeda yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat luas, sekilas jika kita mendengar merek Polygon pasti sebagian besar orang menganggap bahwa Produk sepeda Polygon merupakan produk impor atau buatan luar negeri, padahal sepeda Polygon sendiri merupakan produk asli Indonesia yang di produksi oleh anak bangsa dibawah naungan PT. Insera Sena atau lebih dikenal dengan merek Polygon Biker. Perusahaan sepeda Indonesia ini berdiri pada tahun 1989 yang berlokasi di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Polygon dikenal sebagai sebuah merek sepeda yang ternama dan terkenal baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Dalam persaingan usaha antara produsen sepeda dengan merek Polygon, United Bike, dan Wim Cycle saat ini semakin ketat. Dalam menghadapi kondisi

seperti ini perusahaan harus berpikir keras dalam memasarkan produknya, sebab perusahaan harus memikirkan strategi khusus yang mampu membuat konsumen mau membeli produk yang mereka tawarkan. Perilaku konsumen menjadi hal terpenting yang perlu diperhatikan, salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah citra merek. Tjiptono (dalam Fatmawati & Soliha, 2017) menyatakan bahwa Citra merek adalah persepsi dan keyakinan konsumen terhadap sebuah perusahaan atau suatu produk yang tertanam dalam ingatan konsumen ketika mendengar slogan dari perusahaan atau produk tersebut. Citra merek sangat di butuhkan dalam keputusan pembelian karena citra merek bisa memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen.

Citra merek sepeda Polygon yang telah tertanam dengan baik di dalam benak konsumen memberikan peran yang sangat besar dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk sepeda Polygon, karena citra merek memberikan gambaran secara keseluruhan terhadap merek, yang di bentuk melalui pengalaman dan informasi konsumen terhadap suatu merek. Apabila seorang konsumen memiliki citra merek yang positif terhadap merek tersebut, kecenderungan konsumen untuk memilih merek tersebut sangat tinggi.

Selain citra merek yang baik terhadap sepeda Polygon, Kualitas produk juga merupakan salah satu faktor yang mendasari konsumen untuk membeli produk Polygon. Kotler dan Keller (2012), menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Untuk mencapai hasil yang diinginkan maka perlu diperlukan standarisasi kualitas, cara ini digunakan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan mampu memenuhi apa

yang diinginkan konsumen, dengan tujuan supaya konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut.

Dilihat dari segi kualitas sepeda Polygon sendiri, siapa yang tidak mengetahui bagaimana kualitas sepeda Polygon. Sepeda Polygon kini sudah mendunia, bahkan sepeda Polygon memberikan jaminan garansi 5 (lima) tahun untuk setiap produk yang dihasilkan. Pengembangan produk sangat di perhatikan oleh sepeda Polygon, kurang lebih selama 30 tahun Polygon memprioritaskan pengembangan tersebut. Salah satunya dalam bidang desain yang berpadu dengan penggunaan teknologi terbaru yang lahir dari hasil inovasi tim desain global.

Pada era pandemi seperti saat ini bersepeda bukan hanya sekedar untuk berolahraga dan meningkatkan kebiasaan hidup sehat, tapi telah menjadi gaya hidup. Supranto dan Limakrisna (dalam Soepeno et al., 2015), menyatakan bahwa gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Bersepeda saat ini sudah menjadi gaya hidup pada masyarakat di Indonesia. Gaya hidup dapat digunakan oleh pemasar dalam memahami nilai-nilai konsumen atau tingkah lakunya yang terus berubah dan bagaimana dari nilai tersebut bisa mempengaruhi perilaku konsumen. Polygon biker sendiri kini memiliki misi dengan tujuan menjadikan sepeda sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan terus berinovasi dalam menciptakan solusi berkaendara yang ramah lingkungan untuk masa depan.

Brand Direktor PT Inera Sena mengatakan bahwa semenjak wabah penyakit Covid 19 ini menyerang Indonesia kenaikan akan permintaan sepeda

Polygon mulai dirasakan. Dan lonjakan permintaan sepeda polygon semakin minakat bahkan meningkat dengan dratis setelah diterapkannya Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) di Indonesia. Kenaikan permintaan sepeda Polygon ini hampir terjadi di setiap wilayah, baik kota besar ataupun kota kecil dan terjadi sangat merata. Permintaan sepeda Polygon kini melonjak sebesar 100% bahkan mencapai 200% dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya.

Universitas Muhammadiyah Ponorogo merupakan salah satu Universitas swasta ternama di Ponorogo. Terletak di Jalan Budi Utomo No. 10, Ronowijayan, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo, yang memiliki banyak mahasiswa, tenaga pendidik, dan staff. Adanya pandemi Covid 19 membuat Universitas Muhammadiyah Ponorogo melakukan segala aktivitas termasuk pembelajaran secara daring, hal ini membuat para civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo memiliki lebih banyak waktu di rumah dan memanfaatkan waktu luang. Kini civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo juga telah mengikuti tren dalam bersepedah. Dibuktikan dengan adanya komunitas bersepeda baik antara mahasiswa ataupun karyawan dan dosen. Banyak diantara para civitas akademika Univeristas Muhammadiyah Ponorogo yang memiliki atau bahkan rela membeli sepeda baru demi memenuhi kebutuhan mereka untuk berolah raga atau hanya sekedar mengikuti tren.

Berdasarkan uraian permasalahan yang disampaikan pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Polygon Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo?
4. Apakah citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

- b. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- c. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- d. Mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

## 2. Manfaat Penelitian

Dilakukannya penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dari berbagai belah pihak.

### a. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi sarana informasi dan masukan bagi manajemen perusahaan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menghadapi masalah terutama dalam pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk guna meningkatkan produksi dan tingkat penjualan.

### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang telah dipelajari dan diperoleh selama perkuliahan dengan teori yang berkaitan.

c. Bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan pertimbangan, untuk penelitian selanjutnya dan sumbangsih kepastakaan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi peniliti lain dalam penelitian selanjutnya yang mengambil topik faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda Polygon dan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya serta bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

