

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Seiring perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan alat transportasi membuat dampak yang positif bagi perusahaan otomotif terutama dibidang sepeda motor, yang mana sangatlah dibutuhkan oleh banyak konsumen, selain harganya yang terjangkau juga memberikan manfaat terutama untuk keefektifan dan keefisien waktu. Sepeda motor dianggap kendaraan yang paling mudah untuk mencapai tujuan dan mendukung aktivitas setiap individu sehari-hari. Tingginya kemacetan yang ada di jalan raya membuat sepeda motor merupakan pilihan yang tepat untuk mempermudah dan mempercepat melewati kemacetan disetiap menempuh perjalanan dan waktu. Kemudahan kredit sepeda motor serta perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif menambah jumlah pengguna sepeda motor dari waktu ke waktu.

Disamping meningkatnya pengguna sepeda motor, tidak lepas dari alat pelindung dan pengaman dalam berkendara, salah satunya yaitu alat pelindung kepala atau helm. Helm merupakan salah satu alat vital keselamatan roda dua. Helm merupakan salah satu perlengkapan keamanan bagi pengendara sepeda motor yang berguna sebagai pelindung kepala apabila terjadi kecelakaan. Fakta saat ini fenomena yang terjadi bahwa helm tidak lagi sekedar pelindung kepala, tapi sudah menjadi mode tersendiri bagi pengendara sepeda motor yang ingin

bergaya sebagai bentuk aktualisasi diri melalui cara berpenampilan. Seiring hal tersebut, pada saat ini banyak beredar helm dengan desain keren dan *trendy*.

Hal ini sesuai dengan UU No. 14 tahun 1992 tentang “Kewajiban Memakai Helm bagi Pengendara Sepeda Motor” yang isinya mewajibkan bagi pengendara sepeda motor dan penumpangnya untuk memakai helm. Sedangkan bagi yang tidak memakai helm dikenakan pidana kurungan paling lama 1 (satu) bulan, atau denda sebesar Rp. 1.000.000 (satu juta rupiah).

Saat ini sudah banyak beredar helm dengan berbagai merek dan kualitas yang berbeda. Menurut Top Brand Index tahun 2015 – 2017 untuk kategori helm, merek helm yang beredar di Indonesia dapat dilihat pada table 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1 Top Brand Index Helm Tahun 2015 – 2017

2015			2016			2017		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
KYT	27.90%	TOP	KYT	32.20%	TOP	KYT	38.30%	TOP
INK	16.90%	TOP	INK	17.60%	TOP	INK	21.70%	TOP
BMC	13.90%	TOP	BMC	8.60%		GM	6.40%	
GM	11.00%		GM	8.30%		BMC	5.40%	
MDS	8.30%		LTD	6.80%		MDS	4.60%	
LTD	4.10%		MDS	4.20%		GMC	4.30%	
NHK	4.10%		NHK	3.00%		LTD	3.60%	

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui berbagai top brand index helm di Indonesia. Dari berbagai merek tersebut, hampir semua merek mengalami fluktuasi (naik turun), namun demikian terdapat salah satu merek helm yang

kecenderungannya mengalami peningkatan dari tahun 2015–2017 yaitu merek INK. Peneliti memilih helm merek INK karena harganya yang relatif terjangkau bagi kalangan menengah ke bawah khususnya bagi anak muda. Berbeda dengan helm merek KYT walaupun berada di urutan pertama dalam survei top brand, tetapi helm merek KYT lebih cenderung menawarkan produknya dengan model helm seperti yang digunakan untuk pembalap dengan harga yang lebih mahal sehingga untuk sasaran pasar lebih cenderung ke kalangan menengah keatas dan juga kurang diminati untuk kalangan anak muda.

Keputusan konsumen dalam menentukan pembelian bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti kelompok referensi, kualitas produk, dan desain produk. Keputusan pembelian yaitu suatu tahap proses dimana konsumen membeli merek yang paling disukai (Kotler dan Keller, 2009:188).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian Helm INK yaitu kelompok referensi. Menurut Kotler dan Keller (2009:170) kelompok referensi adalah seseorang yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Hubungan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian adalah karena konsumen cenderung menjadikan kelompok referensi sebagai acuan dalam melakukan pembelian suatu produk dan menimbulkan rangsangan untuk membantu seseorang dalam pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk. Hal ini didukung berdasarkan penelitian (Wibowo dan Riyadi, 2017; Pratama dan Harti

2017) dengan hasil penelitian yang dapat diketahui bahwa variabel kelompok referensi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kualitas produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian helm INK, karena konsumen akan melihat suatu keunggulan sebuah produk sebelum melakukan keputusan pembelian. Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2009:143). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Produk harus memiliki sebuah keunggulan tertentu atau kualitas agar dapat bersaing dengan produk yang lain. Produsen dituntut untuk membuat produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih. Kualitas merupakan salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli sebuah produk. Hal ini didukung berdasarkan penelitian (Pratama dan Harti, 2017; Abdulloh dan Wahyuati, 2016; Amron, 2018; Tamunu dan Tumewu 2014; Brata dkk, 2017) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan pengaruhnya bersifat positif.

Selain itu faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian Helm INK yaitu desain produk, konsumen akan melihat bagaimana bentuk suatu produk sebelum memutuskan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2009:10) Desain (*design*) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain suatu produk menjadi

salah satu faktor atau alasan seseorang dalam membeli suatu produk. Dengan desain yang unik akan lebih menarik konsumen untuk memakai atau membeli produk tersebut. Hal ini didukung berdasarkan penelitian (Setyanto dkk, 2017; Achidah dkk., 2016; Choiria dan Edwar, 2017; Martini, 2016; Pesol dkk, 2016) bahwa desain berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Pratama dan Harti (2017) dan Achidah dkk., (2016). Pada penelitian ini, peneliti mengembangkan penelitian Pratama dan Harti (2017) dengan menambahkan variabel desain produk. Peneliti juga mengembangkan penelitian Achidah dkk, (2016) dengan mengganti variabel promosi dan harga dengan variabel kelompok referensi dan kualitas produk, peneliti memilih mengganti variabel tersebut karena sebelumnya belum ada penelitian dengan variabel tersebut untuk keputusan pembelian helm. Variabel tersebut juga dapat dijadikan atau termasuk indikasi/faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian helm. Sehingga peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh variabel tersebut terhadap keputusan pembelian helm.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ANALISIS PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM INK DI PURWOKERTO”. Peneliti tertarik mengambil judul itu karena peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh dari variabel tersebut terhadap keputusan

pembelian helm INK di Purwokerto. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen helm INK di Purwokerto.

B. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kelompok referensi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK?
3. Apakah desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK?
4. Apakah kelompok referensi, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian helm INK.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui apakah kelompok referensi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK.
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK.

- c. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK.
- d. Untuk mengetahui apakah kelompok referensi, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian helm INK.

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat memberikan tambahan informasi serta wawasan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Peneliti

Sebagai bentuk usaha menerapkan secara langsung teori-teori yang selama ini didapatkan didalam perkuliahan dan sebagai media untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya dalam hal manajemen pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan suatu produk dan sebagai bahan pertimbangan dalam manajemen pemasaran perusahaan.

c. Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan tambahan informasi sebagai acuan dalam keputusan pembelian helm INK.