

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini persaingan bisnis sangatlah ketat, dimana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan produk yang mempunyai keunggulan dan produk yang berbeda dengan pesaing. Usaha pengembangan produk yang berbeda dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka maupun bagi pihak perusahaan atau produsen yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya serta ingin menjaga citra baik dengan konsumen (Virawan, 2013).

Helm merupakan salah satu perlengkapan keamanan utama bagi pengendara sepeda motor yang berguna sebagai pelindung kepala apabila terjadi kecelakaan. Seiring dengan diberlakukannya aturan yang tertuang dalam maklumat Kapolri tanggal 01 November 1971, dan kemudian ditetapkan secara resmi di dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992, bahwasanya mewajibkan helm bagi semua pengendara sepeda motor roda dua, yang bertujuan agar pengendara sepeda motor aman dan melindungi kepala mereka agar tidak terjadi kecelakaan lalu-lintas di jalan raya. Aturan ini juga

berdampak positif bagi perusahaan atau produsen yang bergerak di sektor perlengkapan sepeda motor khususnya pada produk helm.

Produsen helm berlomba-lomba menawarkan berbagai macam pilihan, mulai dari model, motif, warna hingga berbagai desain. Maka dari itu, produsen helm harus mampu membangkitkan minat konsumen terhadap produk yang mereka jual dan berusaha memenuhi kebutuhan konsumennya. Persaingan di atas ditandai dengan hadirnya inovasi-inovasi baru dalam pembuatan helm oleh masing-masing produsen sehingga nantinya berpengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh konsumen dalam pembelian helm tersebut.

Setiap konsumen tentunya mempunyai sikap dan perilaku yang berbeda-beda terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian helm tersebut produk helm tersebut. Sikap dan perilaku seseorang dalam melakukan pembelian bisa dikatakan unik dan beraneka ragam. Karena konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan berbeda. Produsen helm perlu memahami perilaku konsumen yang ada di pasar, karena sifat konsumen yang tidak pernah puas, membuat produsen harus lebih inovatif dan kreatif, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan yang dapat menimbulkan minat beli yang tinggi oleh konsumen dan melanjutkan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian adalah aktivitas individu yang terlibat langsung dalam keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Kotler dan Keller (2012), keputusan pembelian adalah tahap dalam

proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Informasi yang didapat oleh konsumen tersebut akan menjadi bahan pertimbangan sehingga pada akhirnya menjadi suatu keputusan untuk membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

Bahwasanya harga menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih suatu produk helm (Ferdinand, 2016). Harga akan mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam membeli suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa.

Begitupun juga dengan kualitas produk. Tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik. Konsumen menginginkan produk yang dibelinya sesuai dengan keinginannya atau produk tersebut berkualitas. Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian (Ernawati, 2019).

Selain harga dan kualitas produk, desain produk juga menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Harsanto

(2013) desain produk adalah rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tak mudah ditiru oleh kompetitor. Untuk menghasilkan produk yang bagus tentu tidak sembarangan prosesnya. Ia memerlukan pemikiran, diskusi, riset serta koordinasi yang kuat di antara setiap bagian dalam perusahaan.

Produk helm tidak hanya digunakan untuk memenuhi kewajiban terhadap aturan yang dibuat oleh Pemerintah, sekarang ini helm sudah menjadi tren fashion di kalangan masyarakat di berbagai kota di Indonesia, termasuk kota Gresik khususnya, yang memiliki mobilitas tinggi dalam penggunaan sepeda motornya. Masyarakat kota Gresik tentunya memiliki pertimbangan-pertimbangan sesuai faktor-faktor di atas dalam mengambil keputusan untuk membeli produk helm karena helm merupakan perlengkapan perlindungan yang penting ketika mengendarai sepeda motor di jalan.

Sebagaimana saat peneliti melakukan observasi di toko Istana Helm, milik Mas Wahyu, yang berlokasi di jalan R.A Kartini no. 57, Kebomas, Gresik. Toko yang berdiri sejak tahun 2007 ini selain menjual produk helm, juga menjual berbagai macam kebutuhan pengendara sepeda motor yang lain, seperti: sarung tangan, kaca helm, jas hujan, masker, cover sepeda motor dan slayer serta melayani jasa servis helm. Berikut merupakan daftar harga helm di toko Istana Helm Gresik:

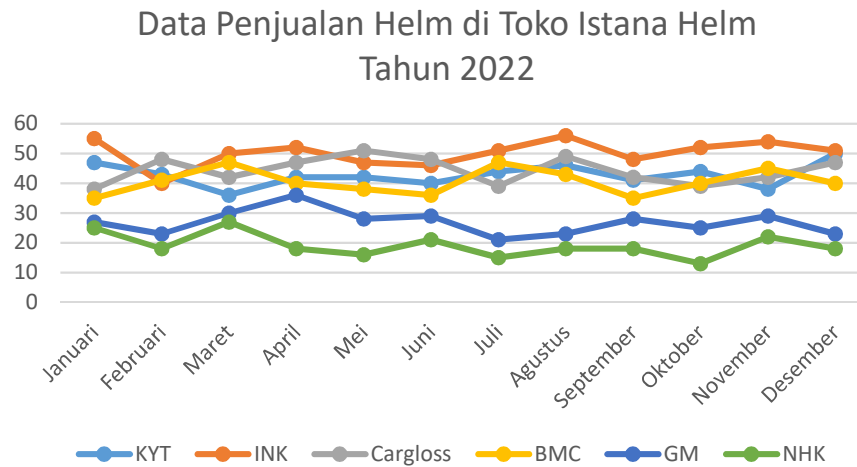
**Tabel 1.1**  
**Daftar Harga Helm Di Toko Istana Helm Gresik**

No.	Merek	Harga Helm <i>Half-Face</i>
1	INK	Rp. 360.000 – Rp. 900.000
2	KYT	Rp. 330.000 – Rp. 800.000
3	NHK	Rp. 300.000 – Rp. 700.000
4	Cargloss	Rp. 280.000 – Rp. 600.000
5	GM	Rp. 200.000 – Rp. 500.000
6	BMC	Rp. 175.000 – Rp. 400.000

(Sumber: Toko Istana Helm Gresik)

Dari data di atas dapat dilihat, helm merek INK yang memiliki harga paling tinggi di antara merek lainnya. Dengan helm merek KYT hanya selisih Rp. 30.000 sedangkan dengan helm merek NHK selisih Rp. 60.000. Untuk helm merek Cargloss mempunyai selisih Rp. 80.000 dengan helm merek INK. Kemudian untuk harga helm merek BMC dan GM memiliki range harga yang tipis, yaitu selisih Rp. 25.000. Helm merek BMC memiliki harga paling rendah di antara merek helm yang lain.

Hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa konsumen di toko Istana Helm, menunjukkan bahwasanya dari faktor harga, sangatlah berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian dalam memilih produk helm di toko Istana Helm Gresik khususnya pada segmentasi usia dewasa atau usia 40 tahun ke atas, dikarenakan konsumen pada usia tersebut cenderung lebih memilih harga yang murah dan terjangkau serta harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Sedangkan untuk faktor kualitas dan desain produk tidak terlalu berpengaruh signifikan.



(Sumber: Toko Istana Helm Gresik)

**Gambar 1.1**  
**Data Penjualan Helm Di Toko Istana Helm Gresik tahun 2022**

Berdasarkan gambar 1.1 yang berisikan data penjualan helm di toko Istana Helm Gresik selama tahun 2022, helm merek INK dominan menjadi pemuncak selama kurun waktu 9 bulan penjualan selama tahun 2022, urutan kedua ditempati oleh helm merek Cargloss. Helm merek Cargloss sempat meraih penjualan tertinggi dan mampu mengalahkan penjualan helm merek INK pada bulan Februari, Mei dan bulan Juni. Di urutan ketiga adalah helm merek KYT yang bersaing ketat dengan urutan keempat yaitu helm merek BMC. Di urutan kelima yaitu helm merek GM dan terakhir ada di urutan keenam yaitu helm merek NHK.

Dapat dilihat juga dari gambar 1.1 di atas, sebagai gambaran untuk helm merek BMC yang nota bene memiliki harga paling murah, yaitu di kisaran harga Rp. 175.000–Rp. 400.000, dapat bersaing secara kompetitif dengan

merek helm lainnya dan menduduki urutan keempat dalam data penjualan di toko Istana Helm Gresik selama tahun 2022.

Hasil observasi lain yaitu dari data penjualan di atas, untuk faktor kualitas dan desain produk didominasi oleh konsumen pada segmentasi usia remaja dan pekerja atau usia 40 tahun ke bawah. Mereka cenderung lebih memilih produk helm, disebabkan oleh faktor kualitas dan desain produk dalam keputusan pembelian produk helmnya di toko Istana Helm Gresik. Kualitas dan desain produk menjadi faktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Disebutkan pada gambar 1.1, bahwasanya helm merek KYT, INK dan Cargloss selalu menduduki posisi 3 (tiga) besar teratas dalam penjualan di toko Istana Helm dan menjadi primadona serta tren fashion di kota Gresik, baik dari sisi kualitas maupun desain produk helmnya. Peningkatan kualitas seperti kemudahan dalam perbaikan, tidak mudah cacat, tahan lama dan desain yang bervariasi, mengikuti trend terbaru atau up to date serta tampilan fisik yang simpel, menarik dan tidak membosankan dari produk helm tersebut selalu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen di kota Gresik. Sedangkan untuk faktor harga tidak terlalu berpengaruh signifikan, karena walaupun harga sedikit mahal, tidak mengurangi minat konsumen di atas untuk membeli produk helm tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh yang terjadi antar variabel dengan judul “ **Pengaruh Harga, Kualitas Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Di Toko Istana Helm Gresik** “.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik ?
3. Apakah desain produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik ?
4. Apakah harga, kualitas dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bidang penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang membahas tentang harga, kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian
2. Lingkup utama penelitian ini adalah produk helm yang dijual di toko Istana Helm Gresik
3. Lingkup lain dalam penelitian ini adalah konsumen atau pembeli produk helm di toko Istana Helm Gresik

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik



2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik
3. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk helm di kota Gresik

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Dapat memperkaya konsep atau teori perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh harga, kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi kepada perusahaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti harga, kualitas dan desain produk, sehingga dapat diterapkan dalam menentukan strategi yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

#### **b. Bagi Masyarakat**

Agar dapat mengembangkan pengetahuan dan menguji kemampuan dalam hal penguasaan materi yang telah diterima di bangku kuliah dan menjadi lebih memahami keputusan pembelian berdasarkan harga,

kualitas dan desain produk serta menjadi lebih mengetahui perilaku konsumen dalam hal keputusan pembelian suatu produk.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain yang sejenis dan masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.