

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi persaingan bisnis lumayan ketat, dan ekonomi bebas sekarang ini, para perusahaan dipaksa untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk berinovasi atau berkegiatan untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan usaha pengembangan produk yang berbeda pesaing. Dengan usaha pengembangan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang kreatif dan inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli, karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan.

Pengusaha berusaha berinovasi untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan konsumen misalkan dalam industri otomotif. Ada kejadian menarik dalam industri sepeda motor, ternyata industri otomotif khususnya sepeda motor, ternyata industri otomotif khususnya sepeda motor tak pernah mengalami krisis. Ketika tahun 1998 pun pasar otomotif terpuruk akibat krisis moneter, pasar sepeda motor tetap mengalami peningkatan.

Pertumbuhan yang pesat tersebut tentu saja menimbulkan dampak positif maupun negatif, dimana negatifnya persoalan keamanan, ketertiban, kelancaran dan keselamatan lalu lintas. Sedangkan dampak positifnya menjadi peluang bisnis untuk para pengusaha dengan meningkatnya sepeda motor maka peningkatan perlengkapannya pun meningkat seperti helm, jaket, sarung tangan dan sepatu.

Helm yang berkualitas adalah helm yang aman dan nyaman. biasanya helm semacam ini lulus persyaratan *Department Of Transportation* (DOT) atau standar transportasi Amerika Serikat. Ada juga standar-standar Eropa, Jepang bahkan Indonesia sendiri harus memiliki label Standar Nasional Indonesia (SNI). Helm yang aman adalah helm yang terbuat dari lapisan cangkang luar yang membungkus seluruh kepala dan menyisakan cukup ruang untuk melihat kedepan. Masyarakat sering menyebutnya helm *full face*. Ada juga helm *half face*, yaitu helm yang membungkus semua bagian kepala akan tetapi menyisakan bagian muka dengan penglihatan yang luas. Kedua jenis helm haruslah cukup ringan dan memungkinkan melihat dengan jelas, baik kala siang dan malam ataupun pada saat turun hujan.

Sekarang ini banyak sekali terdapat merk-merk helm yang ditawarkan kepada konsumen seperti arai, shoe, nolan dan merk helm AGV yang memiliki persyaratan DOT tetapi belum memenuhi standar SNI di Indonesia. Helm yang sudah memenuhi standar SNI seperti GM, NHK, VOG, INK, KYT dan sebagainya dimana masing-masing merk helm tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan merk lain, maka kegiatan pemasaran yang baik dan yang tepat yang memegang peranan yang penting dalam menunjang kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan. Dengan kata lain, pihak

produsen harus mampu menarik konsumen akan hasil produksi yang dijual dan berupaya untuk memuaskan kebutuhan konsumennya. Dengan begitu inilah beberapa merek helm yang tercantum kualitas dengan patokan BSNI (Badan Standar Nasional Indonesia) sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Helm Berstandar SNI

Merek helm	No SNI	Tanggal terbit	Tanggal berakhir
KYT	SN I1811:2007	27 september 2017	26 september 2021
MDS	SN I1811:2007	27 september 2017	26 september 2021
INK	SN I1811:2007	27 september 2017	26 september 2021
BMC	SN I1811:2007	27 september 2017	26 september 2021
HIU	SN I1811:2007	27 september 2017	26 september 2021

Sumber: <http://bangbeni.bsn.go.id/barang-ber-sni>

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa helm-helm KYT, MDS, INK, BMC, HIU memiliki label SNI dengan adanya label SNI bahwa produk tersebut sudah berkualitas.

Perusahaan helm salah satunya *inako korea* (INK) menjawab kebutuhan dengan menciptakan helm berstandar internasional dengan slogan “*The Winning Spirit*” menjadikan helm INK mempunyai tempat yang khusus dimata konsumen. Meskipun harga helm INK ini begitu mahal.berikut daftar kisaran harga beberapa merek helm:

Tabel 1.2
Daftar Kisaran Harga Helm INK

Merek helm	Half face (rupiah)	Full face (rupiah)
INK	400.000-500.000	550.000-1.250.000
KYT	250.000-370.000	390.000-750.000
BMC	200.000-320.000	265.000-475.000
MDS	190.000-300.000	320.000-400.000
VOG	170.000-280.000	320.000-490.000

Sumber : <http://www.juraganhelm.com/>

Dari tabel diatas helm merk INK memimpin dengan harga tertinggi di ikuti oleh helm KYT diurutan ke dua di posisi tiga ada helm BMC ke empat ada helm merek MDS dan diurutan terakhir ada helm VOG dalam harga termurah.

Inako korea memberikan lisensi pada produsen helm local yaitu PT. Tarakusuma indah yang beralokasi di Kawasan Industri Lippo Cikarang, Bekasi. PT Tara Kusuma Indah telah berpengalaman 30 tahun dalam memproduksi produkproduk keselamatan (safety) termasuk helm berkualitas. Mereknya sudah sangat terkenal masyarakat dan mengisi segmentasi di pasar antara lain merk INK dan KYT (<http://www.roda-dua.com>). Menurut Andri Hariadi, PR and community development head PT. Tarakusuma indah, untuk didaerah Bali, Jawa Timur Dan Jawa Barat, merk INK merupakan helm yang sangat disukai konsumen. Adapun pesaing dari PT Tara kusuma indah seperti PT Danapsadaraya motor industri, PT Mega karya mandiri, PT Inplasco, UD Safety Motor, PT Dinaheti Motor Industri, PT Helmindo Utama, dan CV Triona Multi industri. Perusahaan tersebut memiliki merk helm, antara lain.

Banyak faktor yang menyebabkan konsumen memilih helm merek INK sebagai pilihannya antara lain atribut-atribut yang terdapat pada helm merek INK yaitu harga, kualitas produk, dan citra merek. Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting dalam menentukan suatu keputusan pembelian. Dengan begitu ada juga beberapa merek helm yang mempunyai citra merek dengan indikator top brand. Inilah beberapa merek helm yang memiliki *brand image* :

Tabel 1.3
Daftar Helm Bermerek menurut Top Brand

HELM		
MERK	TBI	TOP
KYT	30,3%	TOP
INK	19,6%	TOP
GM	9,4%	
BMC	8,2%	
NHK	7,3%	

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2019_fase_1

Dari tabel diatas menggambarkan bahwa helm KYT menaiki urutan pertama INK menaiki urutan posisi ke dua GM menaiki urutan ke tiga lalu disusu BMC dan NHK. Merek memiliki potensi yang sangat besar menghasilkan keuntungan lebih banyak lagi bila perusahaan mampu memanfaatkan 3 merek tersebut secara baik dan terus menerus melalui berbagai cara seperti perluasan merek atau perluasan lini.

Nama merek (*brand home*) dan apa yang didalamnya merupakan hal penting sebagai basis strategi bersaing, dan sumber pendapatan masa yang akan datang. Bagi produsen, merek bisa menjadi semakin bernilai, karena dapat memanfaatkannya untuk membangun basis kepercayaan konsumen dalam menentukan pilihan suatu produk. Selain itu merek hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam bersaing adalah kebijakan penetapan harga.

Harga adalah harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan pembelian. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari perspektif konsumen, harga sering kali digunakan sebagai patokan nilai bila harga tersebut berbanding lurus dengan kepuasan konsumen pada manfaat tersebut. Dalam situasi dan kondisi tertentu konsumen sangat sensitif terhadap harga, sehingga harga yang tinggi jika dibandingkan oleh pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan konsumen. Akan tetapi, dalam kasus lain harga dapat menjadi patokan pengganti kualitas produk, dengan begini bahwa harga yang lebih tinggi dipandang positif oleh segmen tertentu.

Dalam persaingan dalam masa ini, produsen pun dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia untuk merogoh kocek untuk membeli produk yang berkualitas. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk, selain itu kualitas merupakan salah satu alat pemasaran yang penting.

Saya melakukan riset mini tentang penelitian ini terhadap 10 santri ponodok pesantren al ihsan.. Harga helm INK yang mahal telah mempengaruhi keputusan pembelian santri. 5 dari 10 santri bingung akan merek-merek helm dengan kualitas yang buruk. 4 dari 10 santri tersebut mengeluh buruknya kualitas kaca helm INK, dengan begitu pun citra helm merek INK yang belum maksimal dikalangan santri. Banyak nya pesaing-pesaing baru di pusran bisnis helm ini.

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Ink (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut.

1. Harga helm merek ink yang tinggi sangat mempengaruhi daya beli santri terhadap helm ink.
2. Pesaingan harga antar helm yang berbeda merek semakin ketat membuat perusahaan helm merek ink harus berusaha untuk menjaga citra merek pada harga dan nilai tertentu.
3. Banyaknya merek-merek helm dengan kualitas yang buruk membuat konsumen harus jeli memilih produk helm dengan kualitas yang baik.
4. Buruknya kualitas kaca pelindung helm merek INK di mata konsumen.
5. Citra produk helm merek INK yang belum maksimal dikalangan santri.

6. Banyaknya merek-merek helm yang di tawarkan oleh produsen kepada konsumen membuat persaingan helm semakin kompetitif.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung?
3. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung?
4. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung?

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung.

3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung.
4. Menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian helm ink dikalangan santri Al-Ihsan Cibiru Hilir, Bandung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi pelaku bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saram terhadap produsen helm bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek dapat mempunyai pengaruh kepada konsumen terhadap keputusan pembelian, yang dapat menjadi penentu kelangsungan hidup usaha tersebut.

2. Bagi Peneliti

Memberikan pengembangan ilmu, pengetahuan, dan ilmu pengetahuan dalam menganalisis hubungan harga, kualitas prodak, dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm INK.

3. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini bisa dipakai untuk rujukan yang dapat digunakan sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

1. Hubungan harga terhadap kualitas pembelian

Menurut (Tjiptono, 2015) harga yang di pilih akan berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas pembelian serta harga juga akan mampu mendorong penjualan dan pangsa pasar. Harga merupakan bagian strateg marketing, menentukan harga pun salah satu keputusan penting dalam pemasaran, bila harga terlalu tinggi, maka produk pun tidak akan terjangkau oleh konsumen. Konsumen pun mungkin mempunyai ekspektasi bahwa harga selaras dengan kualitas.

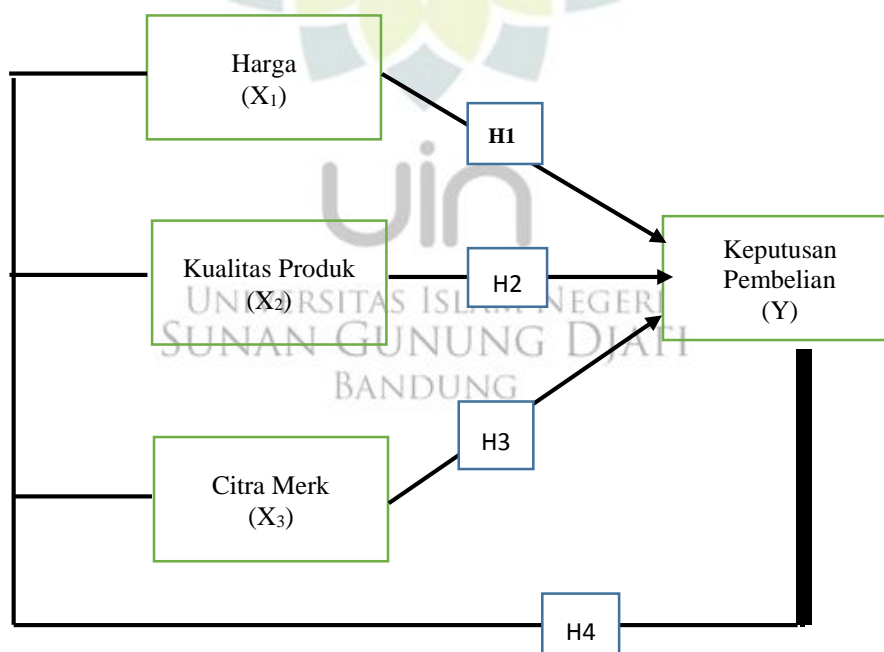
Hal ini pun sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Adi (2016) Wayan (2015) bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Hubungan kualitas produk terhadap citra merek

Menurut (Kotler dan Armstrong 2001) kualitas merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Semakin bagus tingkat kualitas produk itulah menjadi alasan sebab semakin percaya konsumen terhadap produk tersebut. Karena kualitas produk yang tinggi akan menyebabkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Menurut (Kotler, 2004) apabila konsumen puas dengan produk yang dibelinya maka kemungkinan konsumen akan membeli kembali produk tersebut.

3. Hubungan citra merek terhadap keputusan pembelian

Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap berupa keyakinan dan referensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2003). Maka pentingnya suatu perusahaan untuk membangun suatu merek pada produknya. Citra merek yang dikelola dengan baik maka menghasilkan kesan yang baik bagi para konsumen, meningkatkan pemahaman terhadap aspek perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini pun sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adrian (2015) bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Sumber: dibuat oleh penulis (2019).

G. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dan paradigam penelitian yang telah diuraikan pada penelitian terdahulu, maka hipotesis yang dibuat adalah sebagai berikut :

Hipotesis 1

Ho: tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink.

Ha: terdapat pengaruh anantara harga terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink.

Hipotesis 2

Ho: tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink

Ha: terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink

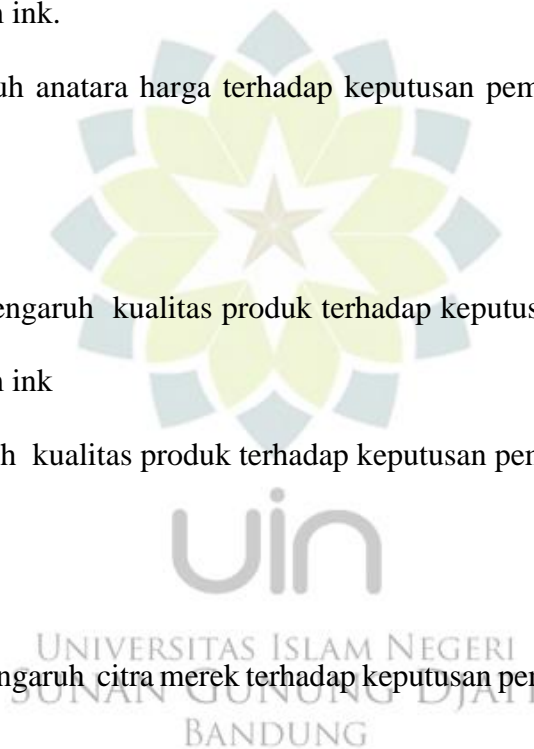
Hipotesis 3

Ho: tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink

Ha: terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink

Hipotesis 4

Ho: tidak terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink



Ha: terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian santri dalam membeli helm ink

Tabel 1.4
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Adrian Hira Himawan	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Minant Beli Notebook Acer.	Independen : Kualitas Produk, Dtra Merek Dan Promosi. Dependen : Minat Beli	Analisis Regresi Berganda	Citra Merek Memiliki Pengaruh Paling Besar Terhdap Minant Beli Note Book Acer.
2	Wifky Muharram Dan Uis Solihah	Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio	Independen : Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga. Dependen : Keputusan Pembelian	Analalisis Regresi Berganda	Hasil Menunjukkan Kualitas Poduk Memiliki Pengaruh Yang Paling Besar Terhadap Keputusan Pembelian. Mobil Honda Mobilio
3	Dedi Nurdiansyah (2015)	Pengaruh Kualiatas Produk Dan Harga Terhadap	Independen : Kualitas Produk Dan Harga Dependen : Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Berganda	Hasil Menunjukkan Kualitas Produk Dan Harga Memiliki

		Keputusan Pembelian Produk Sepatu Bola Adidas			Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Ssepatu Bola Merek Adidas.
4	Desy Irana (2017)	Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan	Indenden: Citra Merek Dan Harga Dependen : Keputusan Pembelian	Analisis Regrresi Berganda	Hasil Menunjukkan Citra Merek Dan Harga Masing0Masing Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan
5	Yuli Agustiani (2017)	Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Menginap Di Jeng	Independen: Promosi, Lokasi, Dan Harga Dependen : Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Berganda	Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Promosi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap

		Ratu Hotel Pangandaran			Keputusan Konsumen
6	Abdul Baasith (2017)	Pengaruh Harga, Produk, Promosi, Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung	Independen: Harga, Produk, Promosi, Dan Merek Dependen: Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Berganda	Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Variabel Promosi Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Hasil Tersebut Bisa Dilihat Dari Hasil Nilai T Hitung Untuk Variabel Promosi Sebesar 0,164 Dan T Hitung < Tabel 1,661
7	Angga Wahyu Gustana (2015)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan	Independen: Kualitas Produk Dan Persepsi Konsumen Dependen : Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Berganda	Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Terdapat Pengaruh Positif Antara Persepsi

		Pembelian Produk Fashion (Studi Pada Konsumen Pasar Cimol Gedebage Kota Bandung)			Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian
8	Budi Santoso (2017)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro Di Semarang	Independen: Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Dependen: Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Berganda	Pada Penelitian Ini Menunjukkan Hasil Bahwa Adanya Pengaruh Positif Dan Signifikasn Antara Promosi Pada Keputusan Pembelian Kosumen Teh Botol Sosro Di Semarang