BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Majunya perkembangan zaman saat ini meningkatkan perkembangan otomotif yang sangat pesat di Indonesia, hal tersebut terlihat dengan semakin banyaknya tipe dan jenis kendaraan yang ditawarkan kepada masyarakat sebagai calon konsumen potensial. Masing-masing produsen sangat menyadari persaingan bisnis untuk mendapat konsumen potensial sangatlah ketat, sehingga produsen berusaha menciptakan keunggulan bersaing dengan cara menciptakan berbagai tipe atau jenis produk yang inovatif sesuai dengan selera dan kebutuhan masyarakat, salah satu contohnya adalah sepeda.

Sepeda merupakan alat transportasi yang sangat umum dan luas penggunaanya, digunakan oleh semua orang dari berbagai kalangan usia. Karena banyak yang berpendapat bahwa sepeda sebagai sarana transportasi yang praktis, hemat dan ramah lingkungan. Salah satu jenis sepeda yang menjadi trend adalah sepeda Polygon. Ada beberapa jenis sepeda polygon antara lain sepeda gunung, sepeda lipat, sepeda BMX, dan lain-lain.

Di masa pandemi seperti saat ini, masyarakat memiliki ketakutan akan tertular virus covid-19. Hal tersebut akhirnya memaksa masyarakat untuk mengurung diri dirumah dengan harapan terjaga dan tak tertular virus tersebut. Untuk meminimalisasi penyebaran virus masyarakat diminta melakukan sistem bekerja, dan belajar dirumah,

adanya aturan seperti ini mengubah gaya hidup masyarakat dengan memakai masker, mencuci tangan, dan rajin berolah raga guna untuk meningkatkan imunitas tubuh. Salah satu jenis olahraga yang menjadi tren dimasa pandemin adalah bersepeda, dahulu bersepeda hanyalah sebuah alat transportasi, namun kini minat masyarakat untuk menggunakan sepeda sebagai sarana olahraga telah meningkat. Trend ini didorong oleh fenomena dimana sebagian besar masyarakat mulai sadar untuk meningkatkan daya tahan tubuh salah satunya adalah dengan berolahraga, guna melawan dan menghadapi virus covid-19 yang belum sepenuhnya kondusif hingga saat ini. Hal tersebut dapat dilihat dari data meningkatnya penjualan sepeda di Top Brand Award tahun 2020 berikut ini:

Tabel 1.1
Data Top Brand Award 2020

Nama Sepeda	Presentase
Polygon	37.5%
United	17.0%
Delta	13.5%
Pasific	8.8%
Element	8.7%

Sumber: https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/sepeda-lipat

Tabel 1.2
Daftar harga berbagai merek sepeda

Nama Sepeda	Harga
Polygon	Rp. 4.559.000
United	Rp. 1.720.000
Delta	Rp. 2.200.000
Pasific	Rp. 3.410.000
Element	Rp. 3.000.000

Sumber: iprice.co.id

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada penjualan sepeda Polygon menepati peringkat pertama dimana sepeda Polygon memiliki total persentase tertinggi sebesar 37.5%. sedangkan sepeda United memiliki persentase sebesar 17.0%. Kemudia dilanjutkan dengan sepeda Delta dengan persentase 13.5%. selanjutnya sepeda Pasific dengan persentase sebesar 8.8%. Dan kemudian dilanjutkan oleh sepeda Element dengan persentase terendah sebesar 8.7%. Dan dapat dilihat pada tabel 1.2 sepeda Polygon berada pada pada posisi pertama dengan harga yang paling tinggi. Harga mempengaruhi keputusan pembelian, karena harga secara umum mencerminkan pada kualitas produk yang ditawarkan, konsumen lebih memilih harga tinggi tetapi memiliki kulalitas produk yang baik, dari pada harga murah tetapi kualitasnya tidak seperti yang diharapkan. Keperluan serta kemauan pembeli terus berganti berdasarkan kondisi perekonomian, selera, gaya hidup, mode, serta motivasi yang berubah seiring berjalannya waktu. Hal tersebut begitu berpengaruh pada penentuan pilihan sebuah barang yang ingin dibeli. Untuk memperkuat fenomena dan latar belakang maka dilakukan survai awal terhadap 30 orang responden yang telah melakukan pembelian produk sepeda Polygon di kota Padang. Hasil dari survei awal terlihat di tabel 1.3 dibawah ini:

Tabel 1.3
Data survey awal terhadap penggunaan sepeda Polygon di kota Padang

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Persentase (%)	
				Ya	Tidak
1.	Saya mendapat rekomendasi sepeda Polygon dari orang lain	6	24	20,00	80,00
2.	Harga yang ditawarkan sepeda Polygon sesuai dengan kualitas produk	23	7	76,66	23,33
3.	Setelah melihat konsumen lain memakai sepeda Polygon saya tertarik untuk membelinya.	16	14	53,33	46,66
4.	Saya tidak pernah kecewa dengan kualitas produk sepeda Polygon.	17	13	56,66	43,33
5.	Saya membeli sepeda Polygon mengikuti trend saja.	11	19	36,66	63,33
Rata – Rata				**48,66**	**51,31**

Sumber: Survei awal (2021)

Dari tabel 1.3 diatas terdapat 5 item pernyataan dapat disimpulkan bahwa 30 responden yang menjawab iya dengan jumlah total rata-rata 48,66% dan yang menjawab tidak dengan jumlah rata-rata 51,31%, berarti bahwa konsumen membeli sepeda Polygon bukan karena rekomendasi dari orang lain dan bukan juga mengikuti tren saja tetapi konsumen membeli sepeda Polygon berdasarkan harga dan kualitas yang diberikan dari sepeda Polygon. Hal tersebut dapat dilihat dari item pernyataan kedua yang menyatakan bahwa" Harga yang ditawarkan sepeda Polygon sesuai dengan kualitas produk".

Keputusan pembelian merupakan sebuah rangkaian dalam menyelesaikan masalah dengan melakukan analisis atau mengenal keperluan serta kemauan, mencari

informasi, menilai beberapa sumber seleksi pada alternatif dalam membeli, memutuskan untuk membeli, serta perilaku sesudah membelinya Kotler (2008) dalam (Nugraha, 2018).

Kualitas adalah sesuatu yang seharusnya memperoleh perhatian utama produsen atau perusahaan, mengiat kualitas dari produk berkaitan erat dengan masalah keputusan suatu konsumen yang erupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Menurut Assauri (2015) dalam Alisa dkk (2021) kualitas produk merupakan pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Hasil penelitian terdahulu oleh Prakoso dan Tjahjaningsih (2021) yang menyebutkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Harga akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen atau pelanggan untuk memutuskan pembelianya, konsumen akan membandingkan harga dari produk pilihan mereka dan kemudian mengevaluasi apakah harga tersebut sesuai atau tidak dengan nilai produk yang ditawarkan. Apabila harga yang ditetapkan diatas harga pesaing akan di pandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan dibawah harga produk pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas rendah. Hubungan harga dengan keputusan pembelian yaitu keseluruhan nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat dari pemilik atau menggunakan produk atau jasa yang dimana nilainya ditetapkan oleh pembelian atau penjualan dan ditetapkan oleh penjual untuk

suatu harga yang sama Tjiptono (2008) dalam Nugraha, (2018). Harga merupakan total yang dibebankan pada sebuah barang ataupun jasa, dari perspektif yang lebih luasnya harga merupakan total biaya yang ditagih dalam sebuah barang ataupun jasa, total nilai yang diberikan pembeli sebagai ganti barang atau jasa yang diinginkan sebagai manfaat dan dimiliki ataupun memakai barang atau jasa itu sendiri Kotler (2008) dalam (Anas dan Muhajirin, 2020). Hasil penelitian Weenas (2013) menemukan jika harga memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari gaya hidup mereka yang ingin membeli produk, yang bermanfat dan mempunyai kualitas yang baik. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang berinteraksi di dalam lingkunganya secara menyeluruh dan gaya hidup hanya membantu bagaimana mereka harus berprilaku dan mengetahui nilai mereka. Menurut Kotler (2015) dalam Muhammad Afrohur Rizal, (2018) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opinya. Gaya hidup meggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkunganya. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mokoagouw (2016) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang fenomena masalah dan penelitian terdahulu mendorong ketertarikan saya untuk melakukan sebuat penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Polygon di Kota Padang"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitiannya yaitu :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda polygon di kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di kota Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan tingkat penjualan dengan cara memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga mampu meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini juga harapannya bisa menambah informasi yang bisa menjadi pertimbangan

perusahaan maka bisa digunakan dalam peningkatan kebijakan yang akan datang.

2. Bagi pihak akademik, harapannya hasil penelitian ini bisa menjadi pengerahuan serta referensi di perpustakaan untuk penelitian lanjutan yang berhubungan dengan keputusan pembelian.