

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sepeda motor sebagai alat transportasi yang cepat dan efisien sudah tidak dapat dipisahkan lagi dari keseharian sebagian besar masyarakat di Indonesia saat ini. Dengan menggunakan sepeda motor sebagai moda transportasi maka kendala waktu dan jarak dapat diatasi dengan mudah, terutama bagi masyarakat perkotaan yang selalu dalam himpitan kemacetan lalu-lintas. Di lain pihak, sepeda motor adalah moda transportasi yang memiliki tingkat resiko paling tinggi dalam kecelakaan lalu-lintas tapi juga memiliki tingkat proteksi yang paling rendah terhadap pengendaranya, terutama proteksi terhadap kepala pengendara, yang merupakan asset paling berharga manusia.

Di dalam berkendara harus melengkapi peraturan yang ada terutama harus memakai helm yang standar demi keselamatan pengendara. Helm tidak hanya bertujuan untuk perlindungan atau proteksi saja, namun juga untuk estetika si pemakai helm. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata helm adalah penyokong kepala yang dibuat dari bahan yang tahan benturan. Helm yang berstandar haruslah mempunyai lapisan batok kepala atau tempurung kepala, Lapisan pelindung bagian dalam untuk meresap energi benturan, pelindung wajah, bantalan kenyamanan untuk dikepala, lapisan pengaman, alat penahan, tali pemegang, penutup dagu, penutup wajah bagian bawah, ventilasi udara, lubang pendengaran, jarring helm dan bidang dasar

kepala. Helm yang tidak memenuhi spesifikasi diatas maka tidak termasuk barang atau helm yang berstandara.

Persaingan antara perusahaan helm semakin ketat. Mereka dituntut memenuhi kebutuhan konsumen dan harus menciptakan produk yang berkualitas serta memiliki perbedaan dari produk pesaing lainnya. Dengan menciptakan produk yang berbeda dari yang lain dapat menjadi efektif dan efisien untuk perusahaan memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap masing-masing pihak, baik dari pihak pembeli maupun pihak penjual. Pembeli akan membeli produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Sedangkan bagi perusahaan mereka ingin mendapatkann keuntungan dari penjualan produk-produknya.

Pengusaha berupaya menciptakan berbagai jenis produk yang berbeda dari produk pesaing lainnya, misalkan dalam industri otomotif seperti sepeda motor. Perlengkapan yang digunakan dalam mengendarai sepeda motor adalah helm, jaket, sarung tangan dan sepatu. Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman saat dipakai. Biasanya helm yang semacam ini sudah lulus persyaratan *Departement of Transportation* (DOT) atau standar transportasi Amerika Serikat. Ada juga standar-standar lain seperti untuk Eropa, Jepang, bahkan Indonesia sendiri harus memiliki label Standar Nasional Indonesia (SNI).

Dari beberapa produksi atau merek helm yang ada di Indonesia, Helm KYT merupakan produk yang digemari dari kalangan anak-anak sampai dewasa. Helm KYT adalah brand helm asal Indonesia. Perusahaan ini didirikan

oleh Eddy Tedjakusuma sejak tahun 1980. Nama lengkap perusahaannya adalah PT TARA KUSUMA. PT Tarakusuma Indah melahirkan merek-merek helm berkualitas seperti INK, KYT, BMC, HIU dan MDS. Helm KYT yang sudah go internasional, Ada beberapa pembalap internasional dan nasional yang memakai Helm KYT untuk mengikuti kompetisi serta komunitas montor untuk touring atau untuk penampilan saat berkendara, maka dari itu banyak dari kalangan yang menilai Helm KYT sudah terjamin kualitasnya.

Dapat dilihat dari banyaknya jenis dan merk helm yang ada dipasaran. Sekarang banyak merk helm yang ditawarkan dipasaran luas seperti merk Bmc, Gm, Kyt, Ink, Vog, Maz, dll. Helm KYT merupakan salah satu merk helm yang ada di Indonesia yang sudah memiliki Standart Nasional Indonesia (SNI) dan *Departement of Transportation* (DOT) atau standar transportasi Amerika Serikat serta Helm KYT juga sudah diterima baik dari semua kalangan.

Tabel I- 1
Top Brand Helm

No	Brand	TB 2022
1	KYT	24,2%
2	INK	14,4%
3	BMC	10,1%
4	GM	8,0%
5	NHK	4,4%

Sumber1:Top Brand Award,2022

Berdasarkan tabel I-1 di atas menunjukkan bahwa berbagai macam pangsa pasar helm yang ada di Indonesia. Dimana helm KYT berada di peringkat pertama dengan presentase 24,2%. Selanjutnya di urutan ke dua ada helm INK dengan presentase 14,4%, yang ketiga ada helm BMC dengan presentase

10,1%, yang keempat helm GM dengan presentase 8,0%, sedangkan yang kelima ada helm NHK dengan presentase 4,4%. Pada table di atas menunjukkan helm KYT sudah dikenal baik oleh konsumen.

Bedasarkan tabel di atas Helm KYT mempunyai presentase yang cukup tinggi yaitu 24,2%. Walaupun Helm KYT mempunyai peringkat pertama di top brand helm dan sudah go internasional tetapi Helm KYT mempunyai persaingan yang ketat yaitu banyaknya produk tiruan Helm KYT serta kebanyakan Helm KYT memiliki warna yang mencolok . Perbedaan Helm KYT original dan KW yaitu pada kualitasnya. Helm KYT mempunyai kekurangan dari segi bagian busa helm yang terlalu tebal dan berat yang menggagu kenyamanan saat berkendara. Dari segi desain Helm KYT mengusung helm model mederen, Helm KYT desainya lebih cenderung untuk kalangan laki-laki. Dari segi variasi desain Helm KYT belum ada perbedaan anatara desain untuk laki-laki dan perempuan, berbeda dengan para pesaingnya yang mengusung model classic yang lebih bisa dipakai untuk laki-laki dan perempuan

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Kotler dan Keller (2012:190) Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana 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. Konsumen yang melakukan pembelian pada suatu produk didasarkan atas kebutuhan yang belum terpenuhi dan harus dipenuhi. Sebelum seseorang memutuskan untuk membeli atau tidak maka harus diperhatikan terlebih dahulu ada tidaknya peranan orang lain dalam mempengaruhi keputusan pembelian tersebut.

Tabel I- 2
Hasil Observasi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Helm KYT

No	Alasan Keputusan pembelian	Jumlah
1	Kualitas Produk	10
2	Citra Merek	7
3	Gaya Hidup	6
4	<i>Word of Mouth</i>	3
5	Desain Produk	7
Jumlah		33

Sumber 2: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel I-2 menunjukkan beberapa faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian pada Helm KYT yaitu peneliti membuat observasi yang terdiri sebanyak 33 responden yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Faktor kualitas produk merupakan faktor utama yang mendorong seseorang melakukan keputusan pembelian pada Helm KYT yaitu sebanyak 10 orang. Faktor selanjutnya yaitu citra merek dengan jumlah 7 orang, gaya hidup 6 orang, *word of mouth* (ari mulut ke mulut) dengan jumlah 3 orang, dan yang terakhir faktor desain produk sebanyak 7 orang. Pada penelitian di atas faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian pada Helm KYT yaitu kualitas produk, citra merek, dan desain produk.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh penulis, masyarakat di Kabupaten Kebumen cukup banyak yang mengendarai sepeda

motor bebek dan matic sehingga helm jenis KYT sangatlah cocok karena beberapa memiliki desain modern dan bergaya retro yang cocok digunakan bagi pengendara sepeda motor bebek dan matic. Dari semua model Helm KYT yang paling populer dan banyak digunakan anak muda di Kabupaten Kebumen, Helm ini sangatlah diminati karena memiliki desain yang stylish dan nyaman dipakai. Adapun keunggulan lain Helm KYT yaitu semua Helm KYT telah lulus Standar Nasional Indonesia dan desain yang moderen dan elegan.

Keputusan pembelian ditandai dengan konsumen membeli sesuai keinginan. Salah satu variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun usahanya. Dimana pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau yang tersirat. Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan pelanggan produk tersebut. Kualitas Helm KYT yang bagus serta sudah sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) dan sudah berstandar *departemen of transportasiaon* (DOT), maka Helm

KYT sudah terjamin kualitasnya dari segi keamanan, ketahanan serta kenyamana. modelnya yang moderen yang membuat Helm KYT banyak peminatnya dari kelas pelajar hingga kelas pekerja.

Selain kualitas produk, citra merek dari suatu produk sangatlah penting untuk menargetkan segmentasi pasarnya. Citra merek menjadi penting untuk mendefinisikan siapa pembeli dan menjadi sedemikian pentingnya dalam memutuskan untuk membeli sesuatu. Menurut Kotler dan Keller (2012:241) brand atau merek adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari kompetitor lain. Sedangkan menurut Tjiptono (2011:112), mendefinisikan “brand image yakni deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu”. Bagi perusahaan citra merek akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas program pemasaran perusahaan, meningkatkan kesetiaan terhadap merek, meningkatkan harga/margin keuntungan, meningkatkan *brandextensions*, meningkatkan *trade leverage*, dan meningkatkan keunggulan bersaing. Helm KYT yang sudah dikenal baik serta helm yang bagus, Oleh karena itu perusahaan harus bisa membangun citra merek yang baik dan positif sehingga konsumen berminat terhadap produk tersebut.

Disamping mempertahankan kualitas produk dan membuat citra merek yang baik, desain produk juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Saat ini helm bukan sekadar perangkat penting dalam berkendara.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 10) desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Helm KYT juga menawarkan berbagai motif atau grafis agar bisa menarik perhatian konsumen. Dapat dilihat dari kondisi pasar industri otomotif terutama helm mulai berkembang pesat karena banyaknya pengguna sepeda motor berusia muda menginginkan helm yang terlihat trendy dan tidak ketinggalan jaman. Menurut Tjiptono (2017) desain produk adalah produk yang dipasarkan berdasarkan kualitas produk akhir yang disesuaikan dengan spesifikasi yang dikehendaki pelangga. Desain Helm KYT yang modern, inovasi dan banyak memiliki fitur yang canggih membuat Helm KYT banyak peminatnya di kabupaten kebumen.

Sejalan dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap konsumen helm cargloss dalam keputusan pembelian dengan judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM KYT (Studi pada pengguna Helm KYT di Kabupaten Kebumen)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai yang telah dijabarkan pada latar belakang di atas dalam berkendara harus menaati peraturan dan keamanan cntohnya yaitu memakai helm yang sesuai SNI. Perkembangan otomotif yang meningkat beriringan dengan produksi helm yang banyak. Helm KYT yang sudah dikenal banyak oleh masyarakat dari kalangan pelajar hingga pekerja serta yang sudah go

internasional, Walaupun sudah terkenal tetapi Helm KYT mempunyai kekurangan yaitu pada bagian busa helm yang terlalu tebal dan berat helm yang mengganggu kenyamanan. Perkembangan helm yang sanagat pesat membuat para pelaku produksi helm meniru Helm KYT karena pemasaran Helm KYT yang selalu nomer satu. Kemudian desain helm KYT sudah modern dan banyak fitur yang canggih tetapi belum ada perbedaan antara desain helm laki-laki dan perempuan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas tentang Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah kualitas produk, citra merek, dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya dari variabel kualitas produk, citra merek, dan desain produk terhadap keputusan pembelian.
2. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna Helm KYT di Kabupaten Kota Kebumen.
 - a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2012:190), Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Menurut Kotler (2007:222), indikator keputusan pembelian yaitu:

- 1) Kemantapan pada sebuah produk
 - 2) Kebiasaan dalam membeli produk,
 - 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
 - 4) Melakukan pembelian ulang
- b. Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong (2012) mendefinisikan kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Kotler (2007:9) indikator kualitas produk terdiri atas:

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Keistimewaan tambahan (*feature*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

5) Daya tahan (*durability*)

6) Estetika (*aesthetic*)

c. Citra Merek

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), citra merek adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing. Indikator citra merek Menurut Kotler dan Armstrong (2010:348), indikator citra merek yaitu:

1) Kekuatan

2) Keunikan

3) Keunggulan

d. Desain Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009: 10) desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Menurut Anzany (2014:47) indikator kualitas produk terdiri atas:

1) Variasi desain

2) Model terbaru

3) Desain mengikuti tren

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen.

2. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, citra merek, dan desain produk secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Helm KYT di Kabupaten Kebumen

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menguat teori para ahli khususnya tentang variabel kualitas produk, citra merek, desain produk dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian utamanya untuk topik yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Helm KYT

2. Secara Praktik

- a. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk perusahaan khususnya informasi yang terkait dengan variabel yang diangkat dalam penelitian ini yaitu variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Sedangkan variabel kualitas produk, citra merek, dan desain produk yaitu sebagai variabel independen, serta pengaruhnya antar variabel tersebut.

b. Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman masyarakat terkait kiat-kiat dalam menentukan suatu keputusan pembelian.

