

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu pengguna sepeda motor di Indonesia terus meningkat dan berkembang. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang efisien yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Namun di sisi lain sepeda motor merupakan moda transportasi yang memiliki resiko tinggi dalam kecelakaan lalu lintas dan juga memiliki tingkat proteksi yang paling rendah terhadap penggunanya, terutama proteksi terhadap kepala pengguna sepeda motor, yang merupakan asset penting bagi manusia.

Pentingnya menjaga keselamatan terutama dalam melindungi kepala pengendara sepeda motor, di Indonesia diwajibkan kepada seluruh pengguna sepeda motor untuk selalu menggunakan alat keselamatan yaitu helm terlebih dengan diterbitkannya kebijakan dari pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 22 tahun 2009 tentang lalu lintas dan angkutan jalan, pasal 57 ayat 2 tentang kewajiban pengendara roda 2 untuk menggunakan helm dengan standar SNI. Pada bulan Januari sampai Desember 2024 Kakorlantas Polri menyatakan bahwa angka kecelakaan sepeda motor di Indonesia mencapai 152.000 kasus diantaranya 27.000 orang meninggal akibat kecelakaan. Hal tersebut disebabkan oleh banyak faktor salah satunya yaitu kelalaian pengendara dalam memperhatikan keselamatan berkendara.

Helm merupakan jenis alat keselamatan yang wajib digunakan ketika mengendarai sepeda motor. Helm yang baik adalah helm memiliki kriteria

aman, nyaman serta memiliki sertifikasi yang jelas. Penggunaan helm sebagai alat keselamatan bagi pengendara sepeda motor sangatlah penting, terutama dalam upaya meminimalisir risiko cedera kepala saat terjadi kecelakaan. Berdasarkan data kecelakaan lalu lintas di Indonesia, cedera kepala adalah salah satu penyebab utama kematian pada pengendara sepeda motor yang mengalami kecelakaan. Saat ini banyak helm yang memiliki banyak jenis sertifikasi, mulai dari DOT (Department of Transportation), ECE (Economic Commission for Europe), Snell dan SNI (Standar Nasional Indonesia). Banyaknya pengguna sepeda motor membuat produsen helm semakin gencar dalam hal produksi. Oleh karena itu, pemilihan helm berkualitas dan sesuai standar keselamatan menjadi hal yang krusial bagi setiap pengendara. Helm yang memenuhi standar keselamatan tidak hanya memberikan perlindungan maksimal tetapi juga meningkatkan kenyamanan bagi penggunanya.

Saat ini helm sudah menjadi populer di kalangan pengendara sepeda motor, dalam berkendara mereka juga sangat menghargai penampilan mereka. Produk dengan desain yang stylish dan berkualitas tinggi atau spesifikasi unik sangat ideal untuk orang yang mengendarai sepeda motor, terutama para remaja. Kemajuan teknologi di industri otomotif telah membuat persaingan menjadi sangat ketat. Bisnis harus selalu mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dan belajar dari pesaing mereka. Mengingat hal ini, pemilik bisnis harus mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli produk. Menentukan helm terbaik yang tersedia

saat ini bukanlah tugas yang mudah. Karena semakin banyak produk yang tersedia baik di dalam negeri maupun internasional, konsumen harus berhati-hati saat memilih produk. Pada saat ini sudah bermunculan berbagai merek helm terbaik yang mulai banyak digemari oleh para pengguna sepeda motor yang bersertifikat SNI yaitu seperti helm merek KYT, NJS dan Cargloss (Kompas.com, 2023)

Helm KYT adalah salah satu merek helm terkenal di Indonesia yang banyak diminati oleh masyarakat, terutama karena kualitas dan inovasi desainnya. KYT sendiri merupakan produk asli Indonesia yang berhasil bersaing di pasar internasional dan menjadi pilihan utama pengendara sepeda motor dalam negeri. Helm KYT telah memenuhi standar nasional (SNI) dan bahkan standar internasional seperti DOT (Departement of Transportation) dan ECE (Economic Commission for Europe), yang menunjukkan komitmen KYT dalam menjaga kualitas dan keamanan produknya. Helm KYT didirikan oleh Eddy Tedjakusuma di bawah PT Tara Group pada tahun 1980-an. Pada awalnya, perusahaan ini fokus pada memproduksi helm untuk berbagai merek lain. Kemudian, mereka mulai menciptakan merek helm KYT sendiri pada tahun 1998 Helm KYT juga dikenal di banyak negara karena kualitas, daya tahan, serta harga yang kompetitif. Dengan adanya inovasi yang terus dilakukan dan komitmen yang kuat terhadap keselamatan, KYT terus berkembang sebagai merek helm terkemuka di Indonesia dan telah berhasil merambah pasar global.

Seiring dengan berkembangnya industri otomotif, KYT terus melakukan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. Inovasi ini mencakup desain yang aerodinamis, penggunaan material berkualitas tinggi, serta teknologi ventilasi untuk kenyamanan optimal. Helm KYT tidak hanya berfungsi sebagai alat pelindung, tetapi juga dianggap sebagai bagian dari gaya hidup dan ekspresi pribadi penggunanya. Dengan berbagai model dan varian warna yang ditawarkan, helm KYT mampu menarik perhatian berbagai segmen pasar, dari pengendara harian hingga pembalap profesional.

Namun, meskipun KYT dikenal sebagai merek helm berkualitas, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih helm, seperti desain, kenyamanan, harga, dan ketahanan helm tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap helm KYT serta bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas dan daya tahan produk KYT di pasar Indonesia. Produk helm merek KYT telah berhasil mendapatkan TOP Brand Award sejak tahun 2021 hingga tahun 2024:

Tabel I-1
Top Brand Index (TBI) Indonesia
Kategori Helm Tahun 2021-2024

Merek	2021	2022	2023	2024
KYT	27.10 %	24.20 %	25.10 %	20.20 %
INK	18.20 %	14.40 %	15.80 %	17.60 %
GM	6.60 %	8.00 %	12.20 %	15.00 %
BMC	10.60 %	10.10 %	13.80 %	12.70 %

Sumber : Topbrand tahun 2021-2024

Berdasarkan data yang terlihat pada Tabel 1-1, Helm KYT menempati posisi pertama setiap tahunnya mulai dari tahun 2021 sampai 2024. Tahun

2021 sebesar 27.10%, 2022 sebesar 24.20%, 2023 sebesar 20.10%, 2024 sebesar 20.20%. Dalam tabel tersebut terdapat fenomena penurunan persentase indeks, hal ini dapat mengindikasikan bahwa terdapat suatu permasalahan pada citra merek dari KYT yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk dari KYT.

Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing merek helm ini sedang berusaha untuk membuat produk mereka lebih unggul dibandingkan helm lainnya. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran yang efektif dan tepat sangat penting dalam menentukan kelangsungan dan pertumbuhan bisnis. Dengan kata lain, produsen harus mampu memprediksi kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka jual dan mampu memenuhi semua kebutuhan mereka. Saat ini, ada banyak pengendara sepeda motor yang menggunakan helm KYT, terutama pengendara remaja. Saat ini di Kebumen sudah banyak sekali toko-toko helm yang menjual bahkan menyetok banyak helm merek KYT. Untuk dapat mengetahui data penjualan helm KYT yang ada di Kebumen, peneliti melakukan survei di beberapa toko helm yang ada di Kebumen. Berikut adalah hasil survei helm terlaris dari berbagai toko berdasarkan merek helm di Kebumen.

Tabel I-2

Data Penjualan Helm KYT di Kebumen Tahun 2024

No.	Nama Toko	KYT	INK	Cargloss
1.	Saluyu Helm 1	25%	20%	50%
2.	Saluyu Helm 2	20%	15%	30%
3.	Pratama Helm	10%	10%	20%
4.	Distro Helm	25%	25%	30%
5.	Rizki Helm	15%	10%	20%

Sumber: Data Primer di olah 2024

Hasil survei dari toko-toko helm di Kebumen pada akhir tahun 2024 menunjukkan bahwa penjualan helm KYT mengalami penurunan namun masih diperingkat dua diantara helm Cargloss dan INK yang menjadi helm terlaris dimasing-masing toko.

Banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menentukan keputusan pembelian pada merek helm KYT. Untuk mendukung variabel apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian helm merek KYT di Kebumen. Peneliti berusaha mencari informasi dengan melakukan observasi kepada 30 pengguna helm KYT, dengan tujuan untuk mengetahui apa saja yang melatarbelakangi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian Helm KYT. Berikut adalah hasil observasi terhadap pengguna helm KYT guna mendukung penelitian ini.

Tabel I-3
Survei Pengguna Helm KYT Kabupaten Kebumen

No.	Faktor yang mempengaruhi	Jumlah Responden	Persentase
1.	Desain Produk	11	36%
2.	Citra Merek	8	26%
3.	Kualitas Produk	6	20%
4.	Gaya Hidup	3	10%
5.	Persepsi Harga	2	8%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data Observasi 2024

Berdasarkan tabel I-2 tersebut menunjukkan bahwa hasil mini riset terhadap 30 Responden yang pernah membeli produk Helm KYT dikarenakan adanya beberapa faktor yaitu Desain Produk sebanyak 11 responden, Citra Merek 8 responden, Kualitas Produk 6 responden, Gaya Hidup 3 responden, Persepsi Harga 2 responden. Berdasarkan data di atas

dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk helm KYT di Kabupaten Kebumen adalah Desain Produk, Citra Merek, dan Kualitas Produk.

Keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen adalah berbagai keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa pilihan yang berbeda. Produk yang dimaksud sering kali diuji dengan berbagai rangsangan yang baik yang dimasukkan ke dalam kemasan produk untuk menghasilkan persepsi yang berbeda. Setiap keputusan pembelian memiliki beberapa variabel struktural yang digunakan dalam studi ini, yaitu, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang kualitasnya, dan keputusan tentang mereknya.

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21). Sedangkan Menurut Romdonah (2015) Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh oleh kegiatan-kegiatan sebelumnya. Pelanggan menjalani proses penilaian subjektif ketika membuat keputusan pembelian, dianggap sebagai resolusi setelah melalui serangkaian kegiatan dan penelitian (Hee et al., 2022).

Berdasarkan dari mini riset yang telah dilakukan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu desain produk. Helm KYT dikenal dengan desainnya yang modern dengan mengutamakan aerodinamis dan performa. Aerodinamika KYT merancang helm dengan profil ramping untuk mengurangi hambatan. Biasanya, khususnya helm balap, dilengkapi dengan spoiler belakang untuk menjamin kestabilan pada kecepatan tinggi. Selain itu desain Grafis Sporty dan Futuristik, helm KYT sering kali menampilkan warna-warna cerah, pola abstrak, atau grafis balap yang khas. Grafis seri tersedia dalam beragam tema, mulai dari warna solid yang elegan hingga motif yang berani.

Menurut Reven dan Ferdinand (2017) menjelaskan bahwa desain adalah suatu fitur produk yang mempengaruhi tampilan dan memiliki manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen. Suatu perusahaan ketika memiliki produk dengan desain yang baik dapat membuat konsumen menjadi percaya dengan produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:254) *product design* adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap para pengguna helm KYT di Kabupaten Kebumen mereka sepakat bahwa dengan desain produk yang dimiliki oleh helm KYT mampu meningkatkan percaya diri para

penggunanya dalam berkendara, dan mereka berpendapat bahwa desain helm tersebut cukup modern dan tidak kalah dengan desain helm merek lain yang sepadan dengan merek helm KYT.

Penelitian mengenai *product design* pernah dilakukan oleh Firmansyah, R. A., & Fianto, A. Y. A. (2024). Pengaruh Harga, Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsuen Helm KYT di Sidoarjo). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rehansyah & Simatupang, L. N. (2023). Pengaruh desain produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). yang mengatakan bahwa *product design* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain *Product Design* faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *Brand Image* (Citra Merek). Tingginya tingkat persaingan, mengindikasikan banyaknya *brand* produk dengan jenis yang sama, yang beredar di pasaran. Hal itu menyebabkan persaingan antar *brand* menjadi sangat tinggi. oleh karena itu, perlunya untuk menciptakan *brand image* yang baik dimata konsumen menjadi sangat penting. *Brand image* adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu (Tjiptono & Chandra 2016). Maka semakin baik citra merek produk yang dijual, maka semakin tinggi keputusan pembelian oleh konsumen. Citra

merek produk yang baik tentulah tidak didapat dengan mudah oleh pemasar pada masa kini. Menurut Much. Ichwan Musa (2017), *brand* merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan pemasaran, karena kegiatan memperkenalkan dan menyediakan produk tidak dapat dipisahkan dari merek yang digunakan dapat diandalkan. Merek juga dipertimbangkan Sebelum konsumen membuat keputusan pembelian. Menurut (Nurhayati, 2017) *brand image* yaitu sebuah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap suatu merek dan dibentuk dari informasi dan pengetahuan terhadap merek itu sendiri. Semakin baik *image* dari suatu *image*, maka akan semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dari merek tersebut (A. Fatmawati dan Euis, 2017). KYT telah menjadi salah satu merek pilihan bagi pengemudi di Asia Tenggara, Timur Tengah, dan Eropa. Reputasi helm ini sangat baik karena kombinasi kualitas, inovasi desain, dan harga yang kompetitif. Dalam mengiklankan produknya KYT mempunyai *tagline* atau ciri khas dalam iklan merek KYT yaitu “*KYT Forever & Mine*”, hal ini dibuat pada iklan supaya mudah diingat dan konsumen tertarik pada merek helm tersebut.

Penelitian mengenai *Brand Image* (Citra merek) yang dilakukan oleh Jasmalinda, J. (2021). Yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman” hasil penelitian Jasmalinda, J. (2021). menyatakan bahwa *Brand Image* (Citra Merek) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menyatakan semakin baik

brand image suatu produk maka akan meningkatkan minat konsumen dan membangkitkan keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX pada Generasi Y, yang mengatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain *Brand Image* (Citra Merek) adalah *Product Quality* (Kualitas Produk) Perusahaan yang inovatif dalam bersaing di dunia bisnis tentunya akan memberikan pelayanan yang terbaik melalui kualitas produk yang dibuatnya untuk memberikan kepuasan terhadap para konsumennya. Menurut (Kotler & Keller, 2016) bahwa *Product Quality* (Kualitas Produk) merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Menurut (Yanto, 2017), *Product Quality* (Kualitas Produk) adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah. Dengan adanya kualitas yang baik, maka akan terbentuk suatu karakteristik yang baik di pandangan pelanggan (Misahel & J.R Sitinjak, 2021). Helm KYT mematuhi standar keselamatan SNI, DOT,

dan ECE R22.05. Model premium seperti KR-1 dan NX-Race digunakan oleh pembalap MotoGP. Helm KYT menghadirkan teknologi termoplastik, komposit fiberglass, dan serat karbon untuk perlindungan optimal dalam berbagai kisaran harga dan kebutuhan

Penelitian mengenai Kualitas yang dilakukan oleh Zeva Aurellia Lasubu (2023). Yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Cargloss” Hasil penelitian Menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas produk yang ditawarkan lebih bagus dibandingkan produk produk lain maka konsumen akan lebih memilih untuk melakukan keputusan pembelian produk tersebut yang memiliki kualitas yang bagus. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hananto, D. (2021) Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ* yang mengatakan bahwa *brand image* (citra merek) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *PRODUCT DESIGN, BRAND IMAGE, DAN PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MEREK KYT DI KABUPATEN KEBUMEN”**.
(Studi Pada Pengguna Helm Merek KYT di Kebumen).

1.2. Rumusan Masalah

Seiring berjalannya waktu pengguna sepeda motor di Indonesia terus meningkat dan berkembang. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang efisien yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Namun di sisi lain sepeda motor merupakan moda transportasi yang memiliki resiko tinggi dalam kecelakaan lalu lintas dan juga memiliki tingkat proteksi yang paling rendah terhadap penggunanya, terutama proteksi terhadap kepala pengguna sepeda motor, yang merupakan asset penting bagi manusia.

Pentingnya menjaga keselamatan terutama dalam melindungi kepala pengendara sepeda motor, di Indonesia diwajibkan kepada seluruh pengguna sepeda motor untuk selalu menggunakan alat keselamatan yaitu helm. Helm yang baik adalah helm memiliki kriteria aman, nyaman serta memiliki sertifikasi yang jelas. Saat ini banyak helm yang memiliki banyak jenis sertifikasi, mulai dari DOT (Department of Transportation), ECE (Economic Commission for Europe), Snell dan SNI (Standar Nasional Indonesia). Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan terhadap 40 responden di Kabupaten Kebumen, ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian helm merek KYT seperti *Product Design*, *Brand Image*, dan *Product Quality*.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah *Product Design* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen?

2. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah *Product Design*, *Brand Image*, dan *Product Quality* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka penulis menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat Kabupaten Kebumen yang pernah membeli Helm KYT minimal 1 kali pada kurun waktu 2-3 tahun terakhir.
2. Usia responden minimal 17 tahun yang merupakan umur minimal seseorang dikatakan dewasa dan dianggap dapat memberikan pendapat yang objektif.
3. Untuk menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti akan membatasi sebagai berikut:

- a. Keputusan Pembelian

Menurut Azany (2014:17) Keputusan pembelian adalah suatu tahapan atau proses dimana pembeli akan benar-benar mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari

konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21). Sedangkan Menurut Romdonah (2015) Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh oleh kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Adapun indikator - indikator Keputusan Pembelian menurut Aaker dalam Setiawan dkk, (2018) yaitu:

- 1) Kemantapan produk
- 2) Pertimbangan dalam membeli
- 3) Kesesuaian atribut dengan keinginan dan kebutuhan

b. *Product Design*

Menurut Kotler dan Keller dalam (Listyawati, 2016) *Product Design* merupakan ciri-ciri menyeluruh yang berpengaruh terhadap penampilan, perasaan, serta fungsi sebuah produk bagi konsumen. Menurut Sudarman,D. & Rizky Syamsiar (2021), *Product Design* adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang disyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan.. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa desain produk merupakan sebuah tampilan dan kinerja produk yang

unggul serta memiliki daya pikat tersendiri yang dapat menarik minat konsumen.

Menurut Sopiah & Sangadji (2016) menjelaskan beberapa indikator *Product Design* (Desain produk) yaitu :

- 1) Makna desain produk
- 2) Bentuk fisik
- 3) Kenyamanan produk
- 4) Keunikan produk

c. *Brand Image*

Menurut (Kotler, 2017), *brand image* harus menyampaikan manfaat dan pemosisian produk yang khas. Bahkan ketika penawaran yang bersaing terlihat sama, pembeli merasakan perbedaan berdasarkan diferensiasi citra merek. Menurut (Kotler & Keller, 2016) *brand image* mendeskripsikan sifat ekstrinsik yang artinya hal yang bisa dilihat atau dinilai bahkan sebelum konsumen atau orang menggunakan suatu produk atau layanan, termasuk cara merek tersebut dapat memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis dari konsumen. Menurut Ihda La Aleiyya et al., (2014) citra merek memiliki pengertian bahwa produk yang dipasarkan dan ditawarkan oleh perusahaan memiliki nilai jual lebih yang tidak dipunyai oleh perusahaan pesaing.

Menurut Rangkuti (2009:44) dalam Supriyatna, T (2020) bahwa terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan dalam membentuk sebuah *Brand Image* (Citra merek), yaitu :

- 1) Pengenalan (*Recognition*)
- 2) Reputasi (*Reputation*)
- 3) Daya Tarik (*Affinity*)
- 4) Kesetiaan Merek (*Brand Loyalty*)

d. *Product Quality*

Product Quality ialah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar dalam rangka pemenuhan kepuasan, kebutuhan ataupun keinginan, baik itu berupa fisik barang, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, ide dan informasi seperti yang diungkapkan oleh Kotler dalam (Wisudaningsi et al., 2019). Menurut (Kotler & Keller, 2016) bahwa *Product Quality* merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Menurut Budiyanto (2016:490) *Product Quality* adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Adapun indikator- indikator *Product Quality* yang digunakan dalam penelitian ini Budiyanto (2016:490) yaitu :

- 1) Keawetan
- 2) Keandalan
- 3) Kesesuaian produk
- 4) Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah agar dapat menemukan, mengembangkan, dan menguji suatu kebenaran. Dengan demikian, penelitian ini merupakan suatu kegiatan untuk memperoleh informasi tentang keputusan pembelian pada produk helm KYT. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Product Design* terhadap keputusan pembelian pada produk helm KYT di Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian pada produk helm KYT di Kebumen
3. Untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* terhadap keputusan pembelian pada produk helm KYT di Kebumen.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari *Product Design*, *Brand Image*, dan *Product Quality* terhadap keputusan pembelian pada produk helm KYT di Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat baik teoritis maupun praktir sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis sebagai berikut:

1. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan sebagai tambahan pengetahuan tentang keputusan pembelian helm KYT bagi para peneliti lainnya di masa yang akan datang dibidang marketing.
2. Hasil penelitan ini dapat dijadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk melakukan penelitian ilmiah dengan topik yang sama.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai salah satu dasar pertimbangan untuk mengambil langkah atau gambaran tentang pentingnya faktor *Product Design*, *Brand Image*, dan *Product Quality* terhadap keputusan pembelian helm merek KYT .