

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi sekarang ini, para pelaku bisnis tidak hanya beroperasi dalam negeri namun sudah memasuki perkonomian global, perubahan dan perkembangan perekonomian global terus bergerak sangat pesat dalam jangka waktu yang sangat cepat. Perkembangan teknologi yang semakin cepat dan canggih pun menjadi tantangan bagi para pelaku bisnis dan mendorong pelaku bisnis untuk mampu menguasai teknologi. Persaingan bisnis dalam era globalisasi dewasa ini sangat ketat, di mana setiap perusahaan harus mampu berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing, agar tidak kalah dengan produk yang lainya. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan dari masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan selernya bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan. Pertumbuhan yang sangat pesat tersebut tentu saja menimbulkan banyak dampak baik positif maupun dampak negatif, dimana dampak negatifnya banyaknya persoalan keamanan, ketertiban, kelancaran, dan keselamatan lalu lintas. Sedangkan dampak positifnya menjadi peluang bisnis untuk para pengusaha dengan meningkatnya penjualan sepeda

motor maka peningkatan perlengkapannya pun meningkat pula, seperti helm, jaket, sarung tangan dan sepatu.

Helm merupakan salah satu kebutuhan primer bagi pengendara sepeda motor, karena helm berfungsi sebagai melindungi kepala bila terjadi kecelakaan lalu lintas dan kenyamanan pada saat berkendara. Pengendara sepeda motor semakin sadar akan pentingnya menjaga keselamatan pada saat berkendara dengan helm yang berkualitas. Di samping itu, helm juga berfungsi sebagai aksesoris bagi pengendara motor yang ingin tampil menarik pada saat berkendara. Apabila ingin memiliki helm dengan model unik dan keren sehingga bisa membuat penampilan lebih bergaya saat mengendarai motor, helm merk bogo lah jawabanya. Hal ini membuat industri helm terus melakukan inovasi agar dapat bersaing dengan para pesaingnya. Inovasi tersebut antara lain dalam bentuk model, warna dan bentuk.

Helm merk Bogo merupakan helm standart yang modelnya cukup unik, bergaya klasik ala 70-an. Meskipun desainya cenderung berbeda dengan helm-helm pada umumnya, namun helm merk bogo sangat aman serta nyaman di gunakan, serta telah Standart Nasional Indonesia (SNI) selain concern terhadap keamanan dan kenyamanan, produsen helm merk Bogo juga memperhatikan kualitas produk yang dibuatnya, termasuk bahan yang digunakan, bahkan pada retro klasik, sebagian bahanya menggunakan semi kulit, menghasilkan motif dan desain yang kece. Menurut Sofjan Assauri (2010:211) Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Dapat dikatakan

bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.

Desain yang sesuai perkembangan teknologi demi memenuhi tuntutan konsumen sudah diperlihatkan dan ditunjukkan helm merk Bogo secara progresif. Desain helm merk Bogo telah berubah ubah mengikuti perkembangan di jaman modern ini, namun ada juga helm merk Bogo yang tidak pernah ganti desain tetapi menjadi daya tarik bagi masyarakat. Bukan hanya warna dan desainya yang menarik tetapi helm merk Bogo juga terus mengembangkan teknologi yang diterapkan pada helm merk Bogo agar sesuai dengan perkembangan pada zaman modern ini. Proses desain pada umumnya melihat aspek-aspek desain yang sudah ada sebelumnya, namun bisa saja di ganti dengan warna yang berbeda dari sebelumnya. Menurut Kotler dan Keller (2012:332) "Desain produk yaitu totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan". Desain produk menawarkan satu cara potensial untuk mendiferensiasikan serta memposisikan produk dan jasa perusahaan. Desain dapat membentuk atau memberikan atribut pada suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas pada merk suatu produk. Desain produk sangatlah penting terutama pembuatan dan pemasaran barang dan peralatan tahan lama. Desain dapat menjadi salah satu senjata yang paling ampuh bagi sebuah perusahaan yang menghadapi persaingan disamping strategi pemasaran lainnya. Konsep desain ini lebih luas dari gaya. Gaya menunjukkan pada penampilan sebuah produk. Desain yang bagus berkontribusi kepada manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk. Selain faktor desain produk, harga juga merupakan faktor yang penting penentu harga produk yang dilakukan perusahaan sangatlah berpengaruh pada keputusan konsumen. Menurut Sofjan Assauri (2010:223) harga merupakan satu-satunya

unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut, karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan. Produk yang berkualitas dengan harga terjangkau akan memiliki banyak peminat. Begitu sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membelinya. Dalam Sofjan Assauri (2010:141) Menurut Philip Kotler proses keputusan pembelian terdapat 5 tahap antara lain: a. Pengenalan Masalah, b. Pencarian Informasi, c. Evaluasi Alternatif, d. Keputusan Pembelian, e. Perilaku Pasca pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin mengambil judul “Pengaruh Desain, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merk Bogo Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka ditarik rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?
4. Apakah desain, harga, kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis pengaruh desain terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Untuk mengetahui dengan menguji dan menganalisis desain, harga, kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai bahan masukan serta kepastakaan perkembangan ilmu yang terkait dengan manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh desain, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

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

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengusaha bahwa desain, harga, kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan menjadi penentu konsumen.

#### **b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya**

Untuk menambah koleksi karya ilmiah pada Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dan dijadikan studi banding dimasa yang akan datang.

#### **c. Bagi Mahasiswa Peneliti**

Memberikan wawasan serta pola pikir dalam menganalisis hubungan antara desain, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian.