

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan di dunia Industri otomotif membawa pengaruh yang besar dalam berbagai dunia industri. Pertumbuhan kendaraan bermotor di Indonesia khususnya di kota-kota besar mengalami peningkatan penjualan setiap tahun. Peningkatan pertumbuhan kendaraan bermotor ini mengakibatkan banyak dampak terhadap para pengguna jalan antara lain bertambahnya kemacetan. Dengan bertambahnya kemacetan, masyarakat cenderung menggunakan sepeda motor daripada menggunakan kendaraan mobil pribadi atau kendaraan umum. Keadaan ini cukup dapat memberikan alasan bila arus jalan pada jalan raya sedang macet, dengan sepeda motor mereka dapat lebih cepat sampai ke tempat tujuan.

Masalah ketepatan waktu dan kecepatan mobilisasi sudah merupakan tuntutan pada masa sekarang ini. Oleh karena itu sepeda motor menjadi alternatif yang diminati saat ini. Pertumbuhan penjualan sepeda motor yang meningkat mempengaruhi tingkat penjualan perlengkapan dan variasi sepeda motor. Salah satunya adalah perlengkapan pengamanan utama dalam berkendara yaitu helm.

Helm merupakan kelengkapan bersepeda motor yang wajib dipakai oleh setiap pengendara atau penumpang sepeda motor. Undang Undang No 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (LLAJ), khususnya pasal 57 ayat 2 menegaskan bahwa setiap pengendara sepeda motor wajib memakai helm sesuai standar nasional Indonesia. Siapa saja yang melanggar aturan ini bisa dikenai sanksi kurungan maksimal satu bulan atau denda maksimal Rp 250.000. Tujuan

aturan ini jelas untuk melindungi pengendara sepeda motor terhindar dari risiko kecelakaan.

Beberapa tahun belakangan ini persaingan antara merek helm semakin ketat. Persaingan ini ditandai dengan adanya peningkatan kualitas produk melalui inovasi-inovasi baru dalam pembuatan helm oleh masing-masing produsen, seperti bentuk model, warna, motif, hingga fitur-fitur tambahan pada helm, dan penggunaan berbagai saluran media untuk mempromosikan produk dan inovasi mereka, salah satunya dalam bentuk iklan. Para pelaku industri helm juga optimis bahwa tingginya kesadaran masyarakat akan keselamatan dan kenyamanan dalam berkendara membawa dampak positif terhadap permintaan akan produk helm.

PT. DanaPersadaRaya Motor Industri merupakan salah satu produsen helm merk GM yang kualitas dan berstandar SNI. Helm merk GM menjadi salah satu *trendsetter* dalam dunia helm di Indonesia karena kenyamanan helm, kualitas yang menjamin keselamatan pemakai, serta iklan yang digunakan mampu menarik perhatian masyarakat, serta dengan slogan yang unik yaitu “Gaul Man” membuat helm GM semakin mudah diingat oleh konsumen.

Produk Helm merk GM berhasil masuk ke dalam TOP Brand Award sejak tahun 2012 hingga tahun 2015, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Top Brand Indek Helm Di Indonesia
Tahun 2012 - 2015

Periode	KYT		INK		BMC		GM		MDS		LTD	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
2015	27,9%	TOP	16,9%	TOP	13,9%	TOP	11,0%	-	8,3%	-	4,1%	-
2014	19,9%	TOP	12,9%	TOP	10,4%	-	10,8%	TOP	2,4%	-	4,6%	-
2013	26,8%	TOP	11,1%	TOP	9,7%	-	8,4%	-	4,2%	-	5,7%	-
2012	19,4%	TOP	12,6%	TOP	10,3%	TOP	8,1%	-	4,8%	-	7,3%	-

Sumber: www.topbrand-award.com.

Berdasarkan data pada tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa ada tiga kategori merek helm yang mendapatkan penghargaan Top Brand Award dengan penjualan paling tinggi. Data tersebut juga memperlihatkan adanya peningkatan penjualan helm GM pada setiap tahunnya, mulai dari tahun 2013 yang mengalami peningkatan penjualan sebesar 0,3%, tahun 2014 sebesar 2,4%, dan tahun 2015 sebesar 0,2%. dengan peningkatan penjualan yang cukup signifikan, helm GM mampu meraih penghargaan Top Brand Award pada tahun 2014.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada dua toko helm berbeda, menyatakan bahwa helm merek GM lebih banyak terjual dibandingkan dengan helm merek lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa helm GM lebih diminati dan disukai oleh masyarakat. Bukan hanya kualitas produknya yang bagus, GM juga menggunakan Brand Endorser (Bintang Iklan) yang sedang populer seperti Agnes Monica dan Vino G. Bastian yang memiliki nilai jual yang tinggi untuk menarik perhatian konsumen.

Studi pendahuluan yang dilakukan terhadap 30 orang mahasiswa pada tanggal 20 Mei 2016 menyatakan bahwa 24 orang responden menggunakan kendaraan

bermotor, 4 orang menggunakan kendaraan mobil pribadi, dan 2 orang lainnya tidak memiliki kendaraan pribadi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan pengguna helm terbanyak, karena sebagian besar mahasiswa memiliki kendaraan bermotor yang menggunakan helm sebagai kebutuhan dalam mengendarai motor. Dari 24 orang mahasiswa yang menggunakan kendaraan bermotor, 11 orang mahasiswa menyatakan menggunakan helm merk GM dengan alasan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau, 8 orang mahasiswa menyatakan menggunakan helm merk KYT, dan 5 orang mahasiswa lainnya menggunakan helm merk lain.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh para ahli menunjukkan bahwa adanya hubungan antara variabel kualitas produk dan iklan dengan variabel keputusan pembelian. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Edbert (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun secara simultan.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Helm Merk GM Di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang ?
2. Bagaimanakah pengaruh Iklan secara parsial terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang?

3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan iklan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan iklan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Helm merk GM di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu bagi akademisi maupun praktisi.

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran bagi manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dibidang pemasaran untuk pengembangan bisnis.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis dari masalah yang diteliti, penelitian terdahulu beserta hasilnya, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasionalisasi variabel, dan teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, karakteristik konsumen, analisis deskriptif penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.