

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, sepeda adalah alat transportasi yang umum, efektif dan efisien serta digunakan oleh semua kalangan masyarakat, jauh sebelum adanya sepeda motor dan mobil pada saat itu dan bersepeda dapat digunakan secara praktis untuk melewati kemacetan. Saat ini, kegiatan bersepeda dijadikan sebagai salah satu hobi dan rutinitas baru bagi masyarakat kota dan bersepeda juga dapat mengubah gaya hidup masyarakat dalam penggunaan transportasi dari transportasi mesin menjadi transportasi lingkungan. Terutama saat pandemic covid-19 seperti sekarang ini, yang menerapkan *social distancing* membuat aktivitas masyarakat dibatasi sehingga banyak masyarakat merasa jenuh, maka itu menghilangkan kejenuhan masyarakat coba untuk mengisi waktu dengan melakukan aktivitas bersepeda untuk menjaga dan meningkatkan kebugaran dan kesehatan tubuh serta mencegah penyebaran covid. Ketertarikan masyarakat terhadap sepeda saat ini juga berpengaruh terhadap penjualan sepeda yang saat ini mengalami peningkatan pada Toko Sepeda Rodalink dan peningkatan pada toko meningkat sekitar 60%. Selain dapat mengubah pola hidup masyarakat hal-hal tersebut yang dapat merupakan faktor dasar keputusan masyarakat dalam pembelian sepeda.

Toko Sepeda Rodalink adalah salah satu toko sepeda yang menjual dan mendistribusikan berbagai merek sepeda yang berada di Kota Medan Sumatera Utara. Kondisi saat ini Toko Sepeda Rodalink memiliki banyak pesaing toko sepeda di Kota Medan. Untuk saat ini, sepeda lagi diminati dan disukai oleh banyak masyarakat sebagai transportasi yang tidak menggunakan bahan bakar yang ramah lingkungan dan menjadi hobi baru masyarakat serta memiliki merek tersendiri. Dengan bermodalkan citra merek tersebut, sepeda yang dijual oleh Toko Sepeda Rodalink dapat mampu bersaing dengan kompetitor lainnya dan disisi lain, kompetitor terus berkembang untuk ikut bersaing dengan merek lain. Pencapaian Toko Rodalink begitu luar biasa dalam menjaga citra merek sehingga menjadi andalan utama dalam memasarkan produknya. Akan tetapi untuk saat ini, sudah banyak merek yang bermunculan dan mulai bersaing dengan produk toko sepeda rodalink dengan harga yang terjangkau sehingga belum dapat dikatakan bahwa citra merek dan harga dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen atas produk

yang dipasarkan oleh Toko Sepeda Rodalink. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink.

Keputusan Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dimana keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh tingkat keinginan konsumen [1] dan keputusan pembelian juga berperan penting dalam pemasar dimana keputusan pembelian dapat menandai suatu strategi pemasaran dapat dilakukan secara efektif, atau kurang baik direncanakan sehingga tidak tepat pada sasaran [2]. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dapat menimbulkan keyakinan konsumen pada suatu produk dan memiliki rasa yang percaya dari konsumen saat memilih suatu produk.

Dalam keputusan pembelian terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan tersebut dengan melalui berbagai variabel berupa variabel harga, kualitas produk dan citra merek [1]. Harga yang sesuai dengan manfaat akan menjadi nilai lebih untuk konsumen karena harga merupakan salah satu faktor terpenting karena dapat meningkatkan penjualan dan permintaan pasar, dimana Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa dari para pelanggan untuk memperoleh dan memiliki suatu produk [3]. Jika harga suatu produk sesuai dengan kualitas produk maka konsumen berpeluang besar untuk membeli produk tersebut secara berulang, apalagi konsumen lebih menyukai produk yang bertahan lama dan berkualitas. Misalnya Toko Sepeda Rodalink menjual sepeda brompton dengan harga yang cukup mahal tetapi memiliki kualitas yang baik dimana brompton memiliki desain menarik, mudah dilipat sehingga dapat menarik perhatian konsumen dan terjadi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari [4] mengenai Pengaruh Harga, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen berpendapat harga jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh peneliti Made Fajar Fernando dan Ni Made Asti Aksari [5] dikarenakan harga produk dianggap sesuai dengan kualitas dan harga juga dapat

mendorong konsumen untuk membeli produk dimana konsumen sebelum membeli produk hal yang utama dilihat adalah harga

Penelitian sebelumnya memperoleh hasil bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen [3] Sedangkan penelitian lainnya menemukan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [6]

Selain harga, citra merek merupakan faktor yang penting dalam keputusan pembelian konsumen karena citra merek merupakan karakteristik suatu produk yang memiliki kesan yang baik dapat menarik konsumen dan terjadi terjadi keputusan pembelian dimana saat ini konsumen dalam membeli produk dengan mempertimbangkan merek yang terkenal dipasaran dan beranggapan bahwa merek yang terkenal dipasaran dapat menjamin produk dan memiliki ciri-ciri yang lengkap dan diketahui oleh konsumen dibanding dengan merek yang kurang terkenal di pasaran serta citra merek yang baik apabila memberikan kualitas yang baik serta manfaat dari produk tersebut [7]. Hal ini didukung oleh penelitian Menurut Samad [8] bahwa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh citra merek dimana Citra merek adalah seperangkat asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan di dalam benak maupun ingatan konsumen sebagai keyakinan konsumen terhadap produk tersebut [8]. Salah satu contohnya yaitu Toko Sepeda Rodalink menjual sepeda polygon yang dimana sepeda polygon itu memiliki karakteristik sendiri yang merupakan produk lokal Indonesia yang didesain dengan kecanggihan yang memadai dan memiliki berbagai macam model pilihan sehingga menjadi produk andalan masyarakat sampai saat ini.

Penelitian sebelumnya memperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen [8]. Sedangkan penelitian lainnya menemukan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [9]

Selain faktor harga dan citra merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. dimana kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik atau ciri dari suatu produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan pelanggan [10] dan kualitas produk juga merupakan faktor penting bagi perusahaan karena kualitas

produk menjadi persaingan perusahaan dalam memasarkan produk di pasaran dan kualitas produk yang baik menjadi keunggulan perusahaan [5] Jika perusahaan ingin berkembang apalagi untuk meraih keuntungan perusahaan tidak lagi punya pilihan selain melakukan konsep kualitas, dimana menunjukkan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap konsumen. Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan. Produk yang mempunyai kualitas baik, seperti handal, memiliki karakteristik yang berbeda, serta memiliki spesifikasi yang sesuai keinginan konsumen akan membuat konsumen merasa puas dan tertarik, maka tinggi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian [1]. Misalnya Produk sepeda yang banyak diminati oleh konsumen di Toko Sepeda Rodalink tersebut adalah sepeda bermerek polygon dimana sepeda tersebut memiliki berbagai macam tipe seperti seri *heist* yang mana seri *heist* merupakan sepeda urban cross yang sesuai untuk melakukan perjalanan jauh serta memberikan fitur kenyamanan secara menyeluruh dan ketahanan roda pada saat bersepeda di jalan yang tidak rata.

Penelitian sebelumnya memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen [10]. Sedangkan penelitian lainnya menemukan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian [7].

Toko Sepeda Rodalink merupakan sebuah toko yang menjual dan mendistribusikan berbagai macam sepeda dimulai dari Sepeda Anak-anak, Sepeda Gunung, Sepeda Lipat, Sepeda Balap, Sepeda Ontel, Sepeda BMX, Sepeda Hybrid, Sepeda Listrik, Sepeda Tandem dan Sepeda Kota dan lainnya. Dengan bermodal citra merek yang berbeda serta kualitas produk dari masing-masing sepeda dan harga yang variatif akan menjadi suatu pertimbangan konsumen dalam membeli produk sepeda.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan mengambil judul mengenai **“Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda (Studi Kasus Pada Toko Sepeda Rodalink)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah teruraikan, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink?
2. Bagaimana variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink?
3. Bagaimana variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink?
4. Bagaimana variabel harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink?

1.3. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup masalah pada penelitian ini maka ruang lingkup dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini membahas tentang **“Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda (Studi Kasus Toko Sepeda Rodalink”**

Dengan pemilihan Variabel bebas :

X1 : Harga

X2 : Citra Merek

X3: Kualitas Produk

Dan variabel Terikat :

Y : Keputusan Pembelian

2. Objek Penelitian : Toko Sepeda Rodalink
3. Periode Penelitian dimulai bulan Juni 2020- Desember 2020

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan, pengetahuan dalam bidang pemasaran serta menjadi bahan masukan bagi perusahaan dengan tujuan untuk menetapkan kebijakan-kebijakan perusahaan khususnya yang terkait dengan Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk

yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Sepeda Rodalink.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan yang positif bagi perusahaan yang bersangkutan serta perusahaan sejenisnya dalam menyelesaikan masalah yang dialami pada Toko Sepeda Rodalink dalam mengambil kebijakan untuk menjalankan bisnisnya, khususnya yang berhubungan dengan Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk sehingga terjadi Keputusan Pembelian pada Toko Sepeda Rodalink

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Rodalink.

1.6. Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian yang dilakukan oleh Kadek Edi Juliana, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi dan Gede Putuu Agus Jana Susila dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat” [11]

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel citra merek dan kalitas produk sedangkan penelitian ini menambahkan variabel harga. Alasan peneliti menambahkan variabel harga karena harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa dari para pelanggan untuk memperoleh dan memiliki suatu produk dan harga yang dikeluarkan konsumen harus setara dengan manfaat yang diperoleh konsumen [3]

2. Peneliti sebelumnya melakukan penelitian terhadap objek Sepeda Motor Honda Beat sedangkan penelitian ini dilakukan pada objek Sepeda.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL