

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan konsumen akan barang memanglah tak pernah ada habisnya, masyarakat berbondong-bondong membeli apa yang mereka butuhkan dari memang hal yang penting sampai barang yang memang menjadi trend . Sehingga membuat para pebisnis berlomba-lomba menjual kebutuhan masyarakat sekaligus menjadi fashion tersendiri sehingga menarik daya beli masyarakat. Begitupun kebutuhan masyarakat akan helm atau pelindung kepala untuk kendaraan bermotor, helm tak hanya sekedar dijadikan untuk pelindung kepala saja tapi sekarang sekaligus dijadikan fashion .Helm dengan berbagai motif ,merk ,dan harga bervariasi sangat mudah ditemukan saat ini.

Salah satu helm yang sangat diminati masyarakat adalah merek GM. Bagi masyarakat Indonesia citra merek dagang helm GM sudah tidak asing lagi dan sudah banyak dikenal di masyarakat. Terdapat banyak keunggulan pada helm merek GM seperti kualitas produk ,motif yang bermacam-macam ,bahan yang berkualitas .Semakin banyak produk helm yang dikeluarkan produk merek lain namun produk helm GM masih mempertahankan eksistensinya di pangsa pasar, harga yang sesuai dengan kualitas barang membuat banyak kalangan memilih untuk membeli helm gm, mulai dari remaja hingga orang dewasa tak asing lagi dengan merk helm gm. Dan tidak sedikit masyarakat memutuskan untuk membeli helm merek gm.

Tabel 1.1
Top Brand Indek Helm Di Indonesia
Tahun 2012-2018

Periode	KYT	INK	BMC	GM	MDS	LTD
2018	34,6%	19,6%	8,3%	8,9%	-	3,7%
2017	38,3%	21,7%	5,4%	6,4%	4,65	3,6%
2016	32,2%	17,6%	8,6%	8,3%	4,2%	6,8%
2015	27,9%	16,9%	13,9%	11,0%	8,3%	4,1%
2014	19,9%	12,9%	10,4%	10,8%	2,4%	4,6%
2013	26,8%	11,1%	9,7%	8,4%	4,2%	5,7%
2012	19,4%	12,6%	10,3%	8,1%	4,8%	7,3%

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa semua merek helm mengalami fluktuasi (Naik turun), termasuk helm GM dengan top brand award tertinggi terjadi pada tahun 2015 dengan persentase 11,0%, sedangkan persentase terendah terjadi pada tahun 2017 sebesar 6,4%, lalu pada tahun 2018 mengalami kenaikan kembali sebesar 8,9%. Dengan masuknya helm GM pada Top brand award menunjukkan bahwa helm GM adalah salah satu merek yang cukup digemari masyarakat dan cukup diperhitungkan di Indonesia.

Helm GM yang memiliki kualitas yang baik membuat banyak konsumen memutuskan membeli helm tersebut, helm GM yang memberikan fasilitas produk yang baik tidak heran jika helm ini menjadi salah satu helm terbaik di Indonesia. GM salah satu helm yang telah tersertifikasi kualitasnya oleh badan standarisasi yang ditunjuk oleh pemerintah Indonesia. Helm tersebut telah memenuhi persyaratan material dan konstruksi serta telah lolos sebagai pengujian.

Suatu produk yang berkualitas dengan sendirinya akan menjadi merek yang ternama, kualitas yang diunggulkan suatu produk akan membuat merek dagang tersebut sangat mudah diingat masyarakat dan dicari banyak orang untuk membeli suatu produk tersebut. Beberapa hal yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya yang berkaitan dengan harga. Produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut. Konsumen memilih harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya.¹

Helm yang aman memiliki tingkat kenyamanan tersendiri untuk konsumen dengan kualitas yang baik seperti yang dimiliki helm GM sangat dibutuhkan konsumen, dengan merek yang cukup terkenal membuat konsumen tidak asing lagi, kualitas busa yang tebal dan lembut membuat konsumen begitu lekat dengan helm GM.

Namun begitu harga yang cukup mahal membuat mahasiswa sedikit keberatan. Harga yang mahal mengurangi minat beli mahasiswa, yang bisa saja konsumen beralih ke merek helm lain yang lebih murah. Keterjangkauan harga yang diharapkan sesuai dengan kantong mahasiswa, sehingga mahasiswa mampu membeli helm tersebut.

¹ Edy Gufran Darwis, "Pengaruh Brand image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza, Skripsi, (Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin, 2017) hal 2

Saat ini banyak sekali terdapat helm-helm merk lain seperti merk KYT, NHK, DYR, BXP, Takira, Alv, produk-produk tersebut berusaha membuat produknya lebih unggul ,namun GM memiliki eksistensinya tersendiri sehingga merk helm GM tidak pernah tenggelam oleh merk lain. Mahasiswa UIN Raden Fatah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sangat banyak yang memakai helm merk GM dengan berbagai model dari yang model lama hingga model yang terbaru.

Tabel 1.2
Ringkasan Research gap Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian	Terdapat pengaruh yang positif antara citra merek terhadap keputusan pembelian	Elis Setiawati (2013)
	Terdapat pengaruh yang negatif antara Citra merek terhadap keputusan pembelian.	Sri Rahayu Astuti(2011)

Citra merek terhadap keputusan pembelian yang diteliti oleh Elis Setiawati menunjukkan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

²Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu Astuti bahwa Citra Merek tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

² Elis Setiawati, "Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian Televisi Samsung di perumahan Grand Vila Tomang, Skripsi,(Tangerang)

Tabel 1.3
Ringkasan Research gap Pengaruh Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Harga Jual terhadap Keputusan Pembelian	Terdapat pengaruh yang positif antara harga jual terhadap keputusan pembelian	Annisa Ristu Rahmawati (2016) dan Nanda Oktaviona (2015)
	Terdapat pengaruh yang negatif antara harga jual terhadap keputusan pembelian.	Caliesta Ali Pito Harlat (2016)

Harga jual terhadap keputusan pembelian yang diteliti oleh Annisa Ristu Rahmawati dan Nanda Oktaviona menunjukkan harga jual berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Caliesta Ali pito Harlat bahwa harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.³

Berdasarkan uraian diatas, judul yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah: **“Pengaruh Citra Merk dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Helm GM Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini hanya berkaitan dengan Pengaruh Citra Merek dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Helm

³ Caliesta Ali Pito Harlat, ”Pengaruh harga jual dan Citra Merek pada keputusan pembelian Ponsel PintarMerek AppleIphoneDi Bandar Lampung”, Skripsi, (Lampung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung, 2016)

GM Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian helm gm pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang?
2. Bagaimana pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian helm gm pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang?
3. Bagaimana pengaruh citra merek dan harga jual terhadap keputusan pembelian helm gm pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian helm gm pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian helm gm pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang?
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan harga jual terhadap keputusan pembelian helm gm pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang?

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya pada manajemen pemasaran atau dasar acuan bagi pengembangan penelitian berikutnya serta memperkaya kajian teoritik ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya adalah bagi perusahaan, dan bagi pemerintah.

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan memberi masukan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

b. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang mendorong perkembangan industri otomotif agar dapat terus berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari lima bab.

BAB I: Pendahuluan. Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka. Berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori-teori yang mendukung penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu serta menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini.

BAB III: Metode Penelitian. Berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, ruang lingkup penelitian, lokasi penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan. Berisi deskripsi tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V: Penutup. Berisi tentang simpulan dan saran

