

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini kendaraan bermotor sangat dibutuhkan untuk mendukung mobilitas masyarakat yang sangat tinggi. Salah satu kendaraan yang banyak digunakan adalah sepeda motor. Untuk menjalankan sepeda motor pengendara diwajibkan menggunakan helm sebagai alat keselamatan sekaligus diwajibkan oleh pemerintah yang diatur dalam Undang-Undang No.22 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Pasal 291 Ayat 2, yang berbunyi: "Setiap pengemudi yang membiarkan penumpangnya tidak memakai helm sebagaimana dimaksud dalam Pasal 106 ayat (8), dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) bulan atau denda paling banyak Rp250.000". Dengan adanya aturan tersebut muncullah produk helm yang sangat beragam, salah satunya helm merek Cargloss yang termasuk helm yang berkualitas dan harga yang terjangkau yang sudah memiliki label Standar Nasional Indonesia (SNI) sebagai standar helm Indonesia.

Helm Cargloss adalah produk helm yang mempunyai banyak desain yang disukai banyak orang dengan kualitas produk yang sudah tersandar, harga yang terjangkau, dan merek yang telah dikenal masyarakat. Hal ini menjadikan orang-orang banyak memilih helm merek

Cargloss sebagai alat keselamatan mereka dalam mengendarai sepeda motor.

Menurut Kotler & Keller (2012) Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya. Selain kualitas produk, hal lain yang dapat menjadi pertimbangan dalam membeli produk adalah harga. Menurut Morissan (2015) harga merupakan salah satu bauran pemasaran yang mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang biasanya menggunakan nilai uang. Harga yang terjangkau membuat konsumen tertarik pada merek helm.

Menurut Kotler & Keller (2012) citra merek adalah persepsi dan kepercayaan konsumen sesuai dengan pengalaman yang telah mereka rasakan dan terangkum dalam ingatan mereka. Citra merek yang baik akan mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2016) keputusan pembelian yaitu suatu proses yang berasal dari semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan, dan bahkan menyingkirkan suatu produk. Keputusan pembelian terjadi apabila produk yang akan dibeli berkualitas, memiliki harga yang terjangkau dan citra merek yang baik, Sehingga hal tersebut menjadi pendorong terjadinya keputusan pembelian.

Terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Menurut Ramadhani dkk.

(2015) kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. sedangkan menurut Yosina & Cempena (2021) kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Syaleh & Nasution (2020) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Faizin dkk. (2015) harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian Oktavianingsih & Setyawati (2020) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Oktasari dkk. (2021) citra merek secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek dengan judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM CARGLOSS PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian helm Cargloss pada mahasiswa di Yogyakarta?
2. Apakah Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian helm Cargloss pada mahasiswa di Yogyakarta?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian helm Cargloss pada mahasiswa di Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Variabel yang diteliti yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Citra Merek (X3), dan Keputusan Pembelian (Y)
2. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta pengguna dan pembeli helm Cargloss.
3. Penelitian ini dilaksanakan di Yogyakarta dengan periode penelitian pada bulan Desember 2022.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm Cargloss pada mahasiswa di Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian helm Cargloss pada mahasiswa di Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian helm Cargloss pada mahasiswa di Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian helm Cargloss pada mahasiswa di Yogyakarta.

2. Bagi STIM YKPN

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian dengan variabel sejenis.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi kepada perusahaan sebagai salah satu dasar pertimbangan terkait dengan kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm.