

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring meningkatnya wabah covid 19 banyak masyarakat yang melakukan aktivitas tambahan demi menjaga kesehatan tubuh dari serangan virus covid 19. Virus covid 19 sangatlah berbahaya bagi tubuh sebab virus ini menyerang sistem kekebalan tubuh sehingga mereka yang terkena infeksi virus tersebut akan mengalami penurunan tingkat kesehatan yang sangat drastis dan juga dapat menimbulkan efek kematian bagi mereka yang terjangkit virus tersebut. Maka dari itu banyak upaya yang dilakukan oleh masyarakat untuk tetap menjaga kekebalan tubuh dari serangan virus, seperti mengkonsumsi multivitamin C, mengurangi aktivitas kerja dikantor, melakukan isolasi mandiri dan melakukan kebugaran tubuh dengan cara berolahraga. Berolahraga salah satu cara yang mampu menjaga ketahanan tubuh dari serangan virus atau penyakit, ada beberapa cara olah raga yang dapat dilakukan oleh masyarakat, contohnya seperti senam, jogging, pemanasan tubuh saat pagi hari, dan melakukan kegiatan bersepeda.

Bersepeda pada masa pandemi telah menjadi eksistensi olahraga yang sedang diminati seluruh masyarakat dari berbagai kalangan di berbagai kota di Indonesia bahkan di dunia. Berdasarkan survei *The Institute of Transportation and Development Policy* (ITDP) telah terjadi kenaikan antusias pengguna sepeda selama masa PSBB transisi di Jakarta. Survei ini dilakukan pada hari kerja pada pukul 06.30 sampai dengan 08.00 WIB selama masa PSBB transisi bulan Juni 2020.

Hasil dari survey yang dilakukan oleh ITDP yaitu terjadi kenaikan jumlah sebesar 93% hingga 1000% atau 10 kali lipat jumlah keseluruhanya (*Institute for Transportation and Development Policy*, 2020). Selain itu, berdasarkan berita yang dilansir dalam (*bisnisnews.id*, 2020) menyatakan bahwa peristiwa pesepeda mewarnai antusias olahraga di dunia. Di Inggris, pemesanan sepeda naik hingga 200% atau yang biasanya 20-30 sepeda per minggu meningkat hingga 50 sepeda tiap hari. Di Amerika Serikat, pengguna sepeda meningkat hingga 150%. Bahkan sekitar 85% penduduk Amerika Serikat beranggapan bahwa sepeda merupakan alat transportasi umum yang aman ketika menjaga jarak sosial. Tren olahraga bersepeda menyerang seluruh kalangan usia mulai dari anak-anak, dewasa hingga lansia. Tren bersepeda kini digemari lantaran banyak yang beranggapan bahwa bersepeda memungkinkan penggunanya untuk tidak berdekatan dengan orang lain. Anggapan tersebut sesuai dengan anjuran pemerintah tentang “Ingat Pesan Ibu 3M : Memakai masker, Menjaga jarak, dan Mencuci tangan”. Oleh karena itu, bagi mereka yang mulai merasakan bosan dengan adanya peraturan pemerintah untuk stay at home memilih olahraga bersepeda sebagai sarana menyegarkan otak, berolahraga, serta bersosialisasi dengan tetangga (Novita Ema, 2021).

Bersepeda merupakan olah raga yang sangat menyenangkan disamping mampu memperkuat daya tahan tubuh terhadap pemyakit, bersepeda pun mampu membuat si pengguna bahagia dikarenakan si pengguna sepeda dapat melakukan aktivitas bersepeda secara bersama – sama dengan keluarga maupun tetangga, dengan bersepeda si pengguna akan dimanjakan pengelihatanya dimana dengan bersepeda si pengguna dapat merasakan pemandngan alam yang dijelajahi dan juga

dapat merasakan sensasi berbeda dibandingkan menggunakan kendaraan bermesin. Seiring berjalannya pandemi dan minat masyarakat dalam bersepeda sangat tinggi, banyak pabrikan sepeda membuat terobosan – terobosan dari segi desain, promosi dan juga harga demi menarik minat beli masyarakat terhadap sepeda yang telah ditawarkan.

Syarat yang dapat dipenuhi oleh suatu perusahaan atau pabrikan sepeda agar mampu mencapai keberhasilan dalam persaingan dagang demi merebut hati konsumen untuk membeli sepeda adalah dengan strategi usaha agar tercapainya tujuan demi mempertahankan konsumen. Agar semua tujuan perusahaan dapat tercapai, maka sebuah perusahaan mampu menghasilkan sebuah barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang murah yang disertai kualitas yang baik juga harga yang pantas untuk ditawarkan ke masyarakat. Maka dari itu perusahaan atau pabrikan mampu memahami perilaku konsumen pasar yang menjadi sasarannya, dikarenakan kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berupaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang tergantung pada perilaku konsumennya (F. Tjiptono dalam Taufik Asyari, 2017).

Keputusan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi dari persepsi harga, produk, promosi, tempat (marketing mix) yang diterapkan oleh perusahaan selama ini (Kotler Armstrong dalam Taufik Asyari, 2017). Keterkaitan harga dengan keputusan pembelian artinya adalah suatu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam aktivitas pembelian, semakin tinggi suatu harga maka tingkat pembelian suatu barang atau jasa akan semakin rendah, sebaliknya jika suatu harga mengalami penurunan alias harga rendah maka tingkat

pembelian konsumen terhadap suatu barang atau jasa semakin tinggi (Kotler dan Amstrong dalam Taufik Asyari, 2017).

Salah satu pabrikan sepeda di Indonesia yaitu POLYGON juga ikut meramaikan dalam persaingan dagang di masa pandemi ini dengan mengeluarkan desain baru terhadap produk yang dijualnya tidak hanya desain baru saja yang dikeluarkan oleh polygon tetapi produk baru dengan inovasi terbaru untuk memenuhi keinginan masyarakat tingkat menengah kebawah dan tingkat menengah ke atas.

Produk sepeda polygon memiliki persepsi dimasyarakat khususnya para pecinta sepeda memiliki kualitas yang baik. Anggapan bahwa sepeda merek polygon merupakan sepeda dengan spesifikasi yang mumpuni dan juga awet dalam penggunaan jangka panjang dibandingkan dengan merek lainya. Pengembangan dan inovasi yang terus – menerus dilakukan oleh pabrikan polygon terhadap produk sepedanya menjadikan persepsi masyarakat bahwa sepeda polygon memiliki kualitas yang baik akan semakin kuat dan meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat atas produk – produk yang dihasilkan oleh pabrikan polygon. Hal ini merupakan bagian suatu upaya membendung pesaing – pesaing yang semakin banyak bermunculan yang tidak hanya produk sepeda dalam negeri saja melainkan produk sepeda luar negeri yang berusaha mengikis pangsa pasar sepeda polygon.

Berdasarkan realitanya yang ada dimasyarakat, ternyata produk sepeda polygon sangat diminati oleh konsumen terutama konsumen pecinta sepeda, walaupun banyak yang berminat dan banyak yang menggunakan produk sepeda polygon masih saja terdapat hambatan dalam keputusan pembelian oleh konsumen.

Contohnya konsumen ketika selesai melihat produk polygon ada yang tidak langsung memutuskan untuk membeli, dikarenakan ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh konsumen. Faktor utama yang menjadi bahan pertimbangan konsumen adalah harga yang ditawarkan oleh pihak polygon yang dimana konsumen menginginkan produk polygon tipe A tetapi harga yang ditawarkan tidak cocok dengan kantong konsumen yang berpenghasilan rendah, kualitas komponen yang belum sesuai dengan produk tersebut.

Menurut listyorini dalam penelitian (2012). (X1) citra merek sangat berpengaruh positif terhadap variabel (Y) keputusan pembelian. (X2) kualitas produk sangat berpengaruh positif terhadap variabel (Y) keputusan pembelian. (X3) harga sangat berpengaruh positif terhadap variabel (Y) keputusan pembelian. (X4) promosi sangat berpengaruh positif terhadap variabel (Y) keputusan pembelian. Kesimpulanya (X1) citra merek, (X2) kualitas produk, (X3) harga, dan (X4) promosi sangat berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Menurut Supangkat dalam penelitian (2017) (X1) citra merek, (X2) kualitas produk, dan (X3) harga sangat berpengaruh signifikan terhadap (Y) keputusan pembelian. Menurut Supraningtyas dalam penelitian (2016) citra merek, kualitas produk, dan harga sangat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Agar dapat mengetahui permasalahan yang timbul maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **Gaya Hidup, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Polygon di Kota Semarang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi di kota Semarang?
2. Bagaimana citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi di kota Semarang?
3. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi di kota Semarang?
4. Bagaimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi di kota Semarang?
5. Bagaimana gaya hidup, citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi di kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda polygon antara lain gaya hidup, citra merek, kualitas produk, dan harga pada masa pandemi di Semarang.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis dan medikripsikan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi.

2. Menganalisis dan medikripsikan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi.
3. Menganalisis dan medikripsikan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di mas pandemi.
4. Menganalisis dan medikripsikan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi.
5. Menganalisis dan medikripsikan pengaruh gaya hidup, citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di masa pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang Manajemen yaitu Pemasaran terutama yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis mengenai bagaimana pengaruh gaya hidup, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda polygon di Semarang. Sehingga dapat dijadikan sebagai perbandingan anatara teori dan ilmu yang di dapat selama kuliah dan ilmu yang di dapat di dunia nyata.

a. Bagi Perusahaan

Secara praktis penelitian ini akan bermanfaat bagi outlet sepeda polygon di Semarang. Manajer dalam rangka untuk meningkatkan penjualan sepeda polygon dan membentuk loyalitas pelanggan terhadap sepeda polygon.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan pembaca mengenai dunia sepeda dalam memahami pengaruh gaya hidup, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda polygon.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang yang berisikan tentang kejadian atau fenomena yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian oleh penulis, dalam hal ini penulis meneliti hubungan antara keputusan dalam membeli sepeda Polygon dan pengaruh covid-19. rumusan masalah, berisi tentang masalah yang akan diteliti oleh penulis. Tujuan penelitian, berisi tentang maksud peneliti dalam melakukan penelitian tersebut yang ditunjukkan kepada penulis itu sendiri dan pembaca. Manfaat penelitian, hasil penelitian yang dapat dibaca dimana didalamnya terdapat manfaat bagi penulis dan pembacanya. Sistematika penulisan, berisi tentang tahapan dalam melakukan penulisan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Bab II Landasan teori

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan variabel gaya hidup, citra merek, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Dalam bab ini juga berisi penelitian terdahulu yang telah dibuat oleh peneliti terdahulu dengan variabel yang sama, kerangka pemikiran merupakan bentuk rangkaian variabel independen dan dependen yang memiliki keterkaitan, dan hipotesis penelitian berisi rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah dalam penelitian dapat dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Bab III Metode penelitian

Bab ini menjelaskan tentang variabel penelitian yang terdiri dari dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan independen, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil dan pembahasan

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan data.

Bab V Penutup

Bab ini berisi mengenai kesimpulan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan masalah penelitian dan saran untuk perusahaan serta saran untuk penelitian mendatang.