

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini banyak pengendara sepeda motor memodifikasi kendaraanya menggunakan knalpot *custom* yang di produksi oleh *home industry*. Dengan banyaknya peminat knalpot *custom* sehingga banyak usaha-usaha *home industry* bertumbuhan dan menyediakan berbagai knalpot dengan kualitas produk dari yang rendah sampai tinggi. *Home industry* tersebut memproduksi knalpotnya sesuai dengan keadaan konsumen baik dari segi kualitas, harga dan desain. Oleh karna itu banyak produsen knalpot *home industry* berusaha memberikan nilai tambah dan ciri khas pada setiap produknya sehingga produk mereka memiliki keunggulan daya saing di pasaran.

Industri knalpot saat ini sedang berkembang pesat sehingga konsumen akan lebih selektif dalam memilih jenis knalpot yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen itu sendiri. Keputusan konsumen dalam memilih dan menentukan pilihan knalpot memiliki banyak pertimbangan yang dilakukan sebelum memutuskan untuk membeli jenis knalpot, misalnya kualitas produk, harga, merek dan desain atau model knalpot. Untuk memberikan daya tarik terhadap konsumen, industri knalpot harus memiliki daya tarik tersendiri pada produknya untuk meningkatkan kualitas. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam

dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Hal ini sejalan dengan pendapat Aaker (1997) dalam Sodik (2004) bahwa kesan kualitas memberikan nilai dalam beberapa bentuk diantaranya adalah alasan untuk membeli. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari sikap konsumen terhadap bauran pemasaran diantaranya melalui pencitraan terhadap merek.

Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Berikut ini adalah produsen knalpot *home industry* yang ada di Surakarta tahun 2018.

Tabel 1.1

Produsen knalpot *home industry* di Surakarta tahun 2018

No	Merek knalpot
1	MCC racing muffler
2	Andi speed racing muffler
3	Beny ompong racing muffler
4	Bagoes racing muffler
5	HAKA racing muffler solo
6	NMS racing muffler

Sumber. Google maps (keywords: knalpot racing home industry Surakarta)

Dalam kehidupan masyarakat modern saat ini, citra merek turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian. Kehidupan modern seringkali di identikkan dengan gaya hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan jaman. Dalam kondisi seperti ini, keputusan memilih merek turut berperan dalam gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk yangbermerek turut mewarnai pola konsumsi seseorang. Lannon (1996) dalam Muafi (2003) menambahkan bahwa, “kehidupan masyarakat modern memiliki implikasi pada peran merek, artinya konsumen tidak sekedar menginginkan produk, tetapi juga merek. Merek yang telah mapan biasanya dijadikan simbol sebagai suatu produk yang sukses, sehingga ekuitas merek turut berpengaruh terhadap kondisi emosional konsumen. Meskipun di pasar banyak beredar produk-produk yang sejenis terutama produk pesaing, semuanya itu akan tergantung dari ekuitas konsumen terhadap merek. Artinya jika konsumen telah memahami benar tentang merek yang diyakininya, maka kepribadian merek dibenak konsumen akan semakin kuat. Ekuitas merek merupakan persepsi total konsumen terhadap merek yang dapat dibentuk melalui informasi baik dari, pendapat teman atau pengalaman sendiri. Jika konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap merek akan mempengaruhi terbentuknya pilihan produk yang akan dibeli, selanjutnya akan membentuk sikap positif yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat Sodik (2004) bahwa informasi yang diperoleh dandiproses konsumen akan membentuk preferensi seseorang terhadap suatu obyek. Preferensi akan membentuk sikap konsumen

terhadap suatu obyek yang pada gilirannya sikap ini seringkali secara langsung akan mempengaruhi apakah konsumen akan membeli suatu produk atau tidak

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk knalpot *home industry* pada masyarakat wilayah Surakarta?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk knalpot *home industry* pada masyarakat wilayah Surakarta?
3. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk knalpot *home industry* pada masyarakat wilayah Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk knalpot *home industry* di wilayah Surakarta
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk knalpot *home industry* di wilayah Surakarta
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk knalpot *home industry* di wilayah Surakarta

D. Manfaat penelitian

1. Secara Praktis

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi citra produk knlapot home industry melalui persepsi kualitas, harga, dan citra merek

2. Secara Metodologi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau kajian bagi penelitian sejenis.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan diuraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian dan tujuan penelitian,serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan variabel penelitian dan devinisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai sejarah singkat perusahaan, karakteristik responden dan pembahasan analisis data.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.