

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan akan keselamatan dan kenyamanan dalam berkendara adalah hal yang sangat penting dalam sebuah perjalanan. Di dalam berkendara harus wajib melengkapi peraturan yang ada terutama kewajiban memakai helm yang standar demi keselamatan dan keamanan. Kewajiban memakai helm bertujuan untuk melindungi keselamatan kepala apabila terjadi kecelakaan lalu lintas. Melindungi keselamatan kepala adalah termasuk bagian dari menjaga keselamatan jiwa/memelihara jiwa.² Pada dasarnya, mengabaikan keamanan diri sama halnya dengan mengabaikan jiwa. Pasalnya, jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan ketika berkendara, seperti kecelakaan, madarat yang lebih besar tentu akan menimpa mereka yang mengabaikan keamanan diri. Dalam QS. Al-A'raf: 145, Allah berfirman.³

وَأْمُرْ قَوْمَكَ يَا أُخُدُوا بِأَحْسَنِهٖ

“Dan perintahkanlah kepada kaummu untuk mengambil yang paling baik.”

Dalam kaidah ushuliyah

ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

“Tidak boleh membahayakan diri sendiri, dan tidak boleh membahayakan orang lain.”

² M Usman, *Rekonstruksi Teori Hukum Islam*, (Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2015), hal. 199.

³ M Lathoif dkk, *Fiqih Lalu Lintas Tuntunan Islam dalam Berkendara Secara Aman*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2019), hal. 36-37.

Kedua dalil di atas menjelaskan bahwa kita diperintahkan Allah untuk sebisa mungkin menjauhkan diri kita dari madarat yang bisa ditimbulkan. Dalam konteks berkendara, pemakaian keamanan diri, selain merupakan perintah aturan lalu lintas, secara tersirat, juga merupakan perintah Islam untuk menjaga diri dari kemadaramatan. Dapat dilihat dari banyaknya jenis helm yang ada dipasaran.

Pertumbuhan pasar helm ini tentunya dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat mengenai keselamatan berkendara (*Safety Riding*). Pentingnya kesadaran masyarakat akan keselamatan dan kenyamanan saat berkendara, terutama bagi kendaraan roda dua atau sepeda motor. Dalam berkendara harus mematuhi peraturan yang berlaku dan memakai perlengkapan keselamatan yang lengkap terutama untuk keselamatan pengendara harus memakai helm standar. Kewajiban pengendara sepeda motor menggunakan helm ber-Standar Nasional Indonesia telah ditetapkan dalam Pasal 57 ayat (1) & ayat (2) UU NO. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan. (“UU No. 22/2009”).

Tabel 1.1
Top Brand Index Helm 2021

No	Merek	Brand Index
1	KYT	25,9%
2	INK	18,7%
3	GM	7,5%
4	BMC	6,4%
5	NHK	4,8%

Sumber: <http://topbrand-award.com>

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa merek KYT masih menduduki posisi pertama dengan *top brand indeks* sebesar 25,9 % dan INK berada di urutan kedua dengan *top brand indeks* sebesar 18,7 %. Sedangkan 3 merek helm lainnya tidak termasuk kategori *top brand*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa GM, BMC, MDS bukan termasuk merek helm yang masuk ke dalam kategori TOP.

Dewasa ini fenomena yang terjadi bahwa helm tak lagi sekedar pelindung kepala, tapi sudah menjadi mode tersendiri bagi pengendara sepeda motor yang ingin bergaya sebagai bentuk aktualisasi diri melalui cara berpenampilan. Seiring hal tersebut, pada saat ini banyak beredar helm dengan corak keren dan trendy mulai dari kartun, superhero, carbon look hingga batik. Dari warna yang solid, hingga warna-warna yang dapat berubah atau bahkan menyala di kegelapan.

Helm bogo adalah helm berdesain unik dan khas dengan bentuk dan motif yang mengikuti trend anak muda jaman sekarang. Helm bogo atau yang juga sering disebut sebagai helm retro merupakan suatu jenis helm yang memberikan kesan yang klasik, maka membuat siapapun yang mengenakannya akan lebih terlihat kharismatik. Sehingga banyak yang menggemari helm tersebut, dari yang masih sekolah maupun yang sudah bekerja sekalipun.⁴ Helm bogo atau helm retro ini salah satu helm yang ada di Indonesia yang sudah memiliki Standart Nasional Indonesia (SNI), helm bogo ini mempunyai tempat yang khusus dimata konsumen.

⁴ Pengertian helm <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Helm>, Diakses pada tanggal 01/07/2020 pukul 20:30.

Gambar 1.1
Visualisasi gambar Helm Bogo



Sumber: *Marketplace* Shopee

Demam helm Bogo retro sangat terasa hingga saat ini, kerinduan terhadap gaya klasik membuat helm model Bogo sangat istimewa di kalangan remaja. Selain mengusung gaya retro fenomena tersebut terjadi pada tahun 2018 yang disebabkan sejak dipakai oleh Presiden RI Joko Widodo saat melakukan blusukan dengan mengendarai sepeda motor dan menggunakan helm Bogo retro. Fenomena yang sama juga terlihat di kalangan mahasiswa IAIN Tulungagung. Helm bogo seakan mendominasi sebagai helm yang mewakili gaya anak muda zaman sekarang.

Tabel 1.2
Daftar Tipe dan Harga Helm BOGO

No	Produk	Harga
1	Bogo Retro JPN 2	Rp. 164.000
2	Bogo Retro MVStar	Rp. 185.000
3	Bogo MU	Rp. 235.000
4	Bogo JPN Retro ARC	Rp. 305.000
5	Retro Bogo Sada Jitsu	Rp. 295.000
6	Retro Bogo Sada Jitsu	Rp. 335.000
7	Bogo JPN Momo Vintage	Rp. 345.000
8	Bogo Doraemon	Rp. 235.000

Sumber data : *Marketplace* Shopee

Berdasarkan tabel 1.2 kisaran harga helm Bogo relatif lebih murah dan terjangkau mengingat target pasar helm Bogo adalah kalangan remaja dan mahasiswa. Dengan harga yang terjangkau dan desain yang unik dan klasik helm Bogo sangat digemari oleh mahasiswa dan anak-anak muda saat ini. disamping itu helm Bogo hadir ditengah produk-produk helm besar seperti merek KYT, INK, MDS, GM, BMC, HIU dan lain-lain. Dilihat dari segi harga dan desain, memang harga dan desain dari merek-merek helm diatas kurang diminati oleh kalangan anak muda saat ini.

Ketatnya persaingan pasar helm menuntut produsen helm bogo untuk terus berinovasi guna menarik pelanggan yang ingin tampil berbeda dengan produk bogo terbaru, mulai dari inovasi bahan luar helm yang ditambahkan dengan aksesoris karet dan juga berinovasi dengan bentuk kaca helm itu sendiri. Kaca helm yang digunakan jenis helm ini memiliki bentuk yang unik dan berbeda dengan jenis helm yang lainnya. Dalam kegiatan pemasaran yang baik dan yang tepat yaitu pihak produsen harus mampu menarik minat konsumen akan hasil produksi yang dijual yang berupaya untuk memuaskan kebutuhan konsumennya. Sehingga dapat memegang peranan penting dalam menunjang kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan.

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan mencari membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa mereka harapkan akan memuaskan

kebutuhan mereka. Dengan memahami perilaku konsumen perusahaan dapat merancang apa saja yang diinginkan konsumen.⁵

Konsumen mempunyai peran penting bagi perusahaan, karena dalam eksistensi produk dipasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh konsumen. Masyarakat atau konsumen semakin pintar dalam memutuskan produk mana yang akan mereka gunakan. Produk memiliki arti penting untuk perusahaan karena bila tidak adanya produk maka perusahaan tidak mungkin dapat menjalankan apapun dari perusahaannya.

Pertumbuhan pasar yang meningkat di era globalisasi seperti sekarang ini membuat konsumen semakin selektif dalam membeli suatu produk. Dalam kehidupan masyarakat modern saat ini turut mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian.⁶ Kehidupan modern sering kali mengikuti trend atau perkembangan zaman. Pelaku bisnis untuk terus melakukan usaha dalam pengembangan terhadap produknya, suatu perusahaan memberikan penawaran produk yang inovatif agar memberikan kepuasan para konsumen sesuai kebutuhannya. Sehingga memaksa para pelaku bisnis helm secara lebih memaksimalkan strategi pemasaran bahkan membuat strategi pemasaran baru untuk memenangi dalam persaingan pasar.

Konsumen akan membeli barang yang mereka inginkan dan sesuai dengan apa yang di butuhkan. Namun, dalam melakukan keputusan

⁵ M. Anang Firmasyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta :Deepublish, 2018), hal. 2.

⁶ Gloria Tengor , Lotje Kawet, Sjendry, Loindong, *Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone* Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE EBEN Haezar Manad, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol 16(04), 2016, hal 368.

pembelian konsumen memiliki pertimbangan yang berbeda. Konsumen membeli helm berdasarkan dorongan adanya kebutuhan dalam berkendara untuk melindungi kepala dari benturan atau kecelakaan. Dari banyaknya produk yang ada dipasaran maka konsumen akan melakukan suatu pembelian berdasarkan pilihan yang ada.

Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian. Dalam proses pembelian, konsumen berhenti mencari dan berhenti melakukan evaluasi keputusan pembelian. Sebagai hasil dari kegiatan evaluasi alternatif, konsumen mulai mengarah pada niat atau keinginan untuk membeli dengan kecenderungan untuk membeli suatu produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli, namun keputusan pembelian tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya. Ketika konsumen memilih untuk membeli suatu barang, masih harus melakukan keputusan dan melakukan pembelian yang sebenarnya. Keputusan tambahan diperlukan dalam hal kapan membeli, di mana membeli, serta beberapa banyak uang yang harus dikeluarkan.⁷

Harga berpengaruh langsung pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian didasarkan pada tingkat keterlibatan konsumen dalam keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat pembelian konsumen, maka semakin

⁷ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hal. 111.

ekstensif proses keputusannya.⁸ Setiap barang yang memiliki nilai akan mampu ditukar dengan barang lain secara bebas dan ketika nilai yang dimiliki barang tersebut dinyatakan dengan uang, maka nilai itu disebut dengan harga.⁹ Disini dijelaskan bahwa harga adalah kompensasi yang harus dilakukan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa.¹⁰ Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.¹¹ Dimasa lalu hingga saat ini, harga telah menjadi faktor penting karena akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk dan sekaligus pada saat yang sama untuk menentukan berapa besar keuntungan yang diperoleh dalam perdagangan.¹²

Desain produk berhubungan langsung dengan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan desain produk yang ditawarkan berdasarkan model desain yang unik dan trend masa kini. Desain adalah proses perancangan dengan ketrampilan dan kreativitas melalui perasaan sehingga menghasilkan suatu karya.¹³ Desain produk adalah menciptakan suatu produk baru yang akan dijual oleh perusahaan tersebut. Pada dasarnya pengembangan ide-ide yang efektif dan efisien melalui proses

⁸ Marissa Grace Haque Fawzi dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021). Hal. 177.

⁹ Bachrudin Sjaroni, Edi Djunaedi, Noveria S, *Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal. 44.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hal. 157.

¹¹ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Guepedia Publisher, 2018), hal. 26.

¹² M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 163.

¹³ Maria Fitriah, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 22.

yang mengarah ke *trend* baru. Sehingga menarik perhatian para konsumen untuk membeli suatu produk yang dipasarkan..

Desain dari suatu produk menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya team pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Desain menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk helm bogo ini, yaitu dengan mengedepankan unsur klasik dalam desainnya.

Para konsumen sangat kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian terhadap kualitas produk tersebut. Kualitas produk juga berhubungan langsung dengan keputusan pembelian. Dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan. Kualitas dapat didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah sesuai dengan pasar.¹⁴ Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan konsumen dapat dipenuhi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu produk meliputi kinerja, kehandalan, keistimewaan kemampuan pelayanan, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, kegunaan, estetika, kualitas yang dipersepsikan.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hal. 20.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti bahwasannya dari mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung terdapat banyak mahasiswa menggunakan helm bogo, maka dari itu, peneliti akan melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah harga, desain produk dan kualitas produk mempengaruhi keputusan mahasiswa Ekonomi Syariah membeli helm Bogo. dari uraian diatas, peneliti menarik judul **“Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Bogo Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Banyaknya kompetitor yang bersaing pada produk yang sama membuat daya saing yang meningkat.
2. Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian helm bogo, salah satunya desain produk.
3. Harga, desain dan kualitas produk akan mempengaruhi pada keputusan pembelian helm bogo pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung?

4. Apakah harga, desain produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung.
2. Untuk menguji desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung.
3. Untuk menguji kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung.
4. Untuk menguji harga, desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm bogo pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dicapai terdapat manfaat dan kegunaan penelitian. Adapun uraian dari manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh harga, desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademi, yaitu dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah bekal wawasan baik teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama berada dibangku kuliah dengan realita yang ada.
- b. Bagi pihak perusahaan, yaitu hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti harga dan desain produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat di implementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.
- c. Bagi peneliti yang akan datang, yaitu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan lebih tentang perusahaan.

F. Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Penelitian

Sebagai upaya dalam mengarahkan pembahasan penelitian agar berjalan dengan baik, maka terdapat adanya ruang lingkup dan batasan masalah sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

Dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel yang akan diteliti

yaitu

- a. Variabel bebas (independent) yaitu Harga (X_1), Desain Produk (X_2), Kualitas Produk (X_3)
- b. Variabel terikat (Dependen) yaitu Keputusan Pembelian (Y).

2. Keterbatasan

- a. Karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya dalam penelitian ini, maka peneliti memilih kampus IAIN Tulungagung sebagai tempat penelitian.
- b. Peneliti hanya memfokuskan meneliti helm bogo tanpa melakukan perbandingan dengan helm lain.
- c. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung pengguna helm bogo.
- d. Peneliti mengkaji tentang pengaruh harga, desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm bogo.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini ada istilah penegasan dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi ketidaksamaan pemahaman dalam pembaca yaitu sebagai berikut :

1. Secara Konseptual

- a. Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan dari sebuah barang atau jasa.¹⁵
- b. Desain Produk adalah suatu hal yang dilakukan untuk merancang proses produk baru yang akan dijual oleh perusahaan.untuk konsumen.¹⁶

¹⁵ Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2 Seri Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: UST PRESS, 2006), hal. 206.

¹⁶ M Daniel Septian, Agung Budi L, *Dasar Manajemen Desain*, (Malang: UB Press, 2018), hal. 2.

- c. Kualitas produk merupakan suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah sesuai dengan pasar¹⁷
- d. Keputusan pembelian adalah keputusan seseorang ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.¹⁸

2. Secara Oprasional

Dari judul penelitian yang diambil dalam memilih variabel peneliti ini adalah faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang dalam membeli suatu produk berdasarkan harga, desain produk dan kualitas produk yang dipertimbangkan dalam variabel dependen yaitu keputusan pembelian helm bogo mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.

H. Sistematika Pembahasan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi dibutuhkan sebuah sistematika penulisan agar dapat mempermudah memahami isi skripsi tersebut. Dalam sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 3 bagian, yaitu:

1. Bagian Awal

Terdiri dari: Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. Bagian Utama

BAB I Pendahuluan : Dalam bab ini memuat segala sesuatu yang menjelaskan tentang uraian pendahuluan terhadap penelitian yang

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis...*, hal. 21.

¹⁸ Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2 Seri Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hal. 247.

dilakukan meliputi: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori : Dalam bab ini memuat uraian tentang teori yang membahas variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian : Dalam bab ini memuat uraian tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sumpling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian : Dalam bab ini memuat uraian tentang hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian).

BAB V Pembahasan : Hasil Penelitian

BAB VI Penutup : Dalam bab ini memuat tentang simpulan hasil penelitian serta saran atau rekomendasi.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari : daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup.