

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan keselamatan berkendara membuat industri otomotif khususnya dalam perlengkapan keselamatan berkendara berkembang pesat. Salah satu perlengkapan keselamatan berkendara yang wajib digunakan para pengendara adalah helm, Helm adalah salah satu perlengkapan yang harus dipakai oleh pengguna sepeda motor yang berguna untuk melindungi kepala dari benturan saat terjadi kecelakaan. Selain itu, helm juga berperan dalam melindungi wajah dari debu, hujan, dan terpaan angin saat berkendara, dan juga dapat memberikan kenyamanan tambahan melalui fitur-fitur seperti ventilasi udara dan bantalan busa yang empuk.

Produsen merancang helm menjadi beberapa jenis berdasarkan kebutuhan dan preferensi penggunanya diantaranya : helm *full face*, yang memberikan perlindungan maksimal dengan menutupi seluruh bagian kepala dan wajah; helm *half face*, yang lebih ringan dan praktis tetapi tetap memberikan perlindungan pada kepala bagian atas dan samping. Selain itu ada helm open face yang sering digunakan dikota dan ada helm *off road* yang dirancang khusus untuk pengguna motor trail.

Helm tidak hanya mengutamakan aspek keselamatan, tetapi juga terus mengalami perkembangan dalam desain dan fungsinya. Produsen helm

berlomba-lomba memberikan desain yang modern dan unik untuk menarik minat konsumen. Desain helm pada saat pembuatannya juga mempertimbangkan fitur-fitur tambahan yang meningkatkan kenyamanan seperti kaca anti gores dan sistem penguncian yang aman. Perkembangan teknologi dalam industri helm sudah mencapai pada fase hadirnya inovasi helm yang dilengkapi dengan sistem komunikasi Bluetooth, pencahayaan LED untuk meningkatkan visibilitas, dan material cangkang yang lebih ringan namun tetap kokoh.

Helm memiliki berbagai jenis yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna berdasarkan penggunaannya. Misal untuk penggunaan didalam kota helm yang biasa digunakan adalah Helm *full face* yang merupakan jenis helm yang dirancang untuk melindungi seluruh area kepala secara menyeluruh, helm *half face* yang hanya menutupi kepala bagian atas dan samping. Ada juga helm *off road* yang dirancang khusus untuk pengguna motor trail untuk melintasi jalanan dihutan dan kotor.

Permintaan akan helm berkualitas terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna sepeda motor di Indonesia. Bersamaan dengan ini mulai banyak hadir juga merek-merek helm yang berasal dari luar negeri maupun dalam negeri yang turut meramaikan persaingan ini. Hal inilah yang membuat banyak produsen helm berlomba-lomba untuk membuat strategi jangka Panjang untuk menghadapi minat konsumen yang seringkali berubah-ubah agar Perusahaan helm tersebut dapat dipilih oleh masyarakat karena memenuhi kebutuhan mereka.

Helm KYT adalah merek helm asal Indonesia yang sudah populer sejak lama dan diproduksi oleh PT Tarakusuma Indah sejak 1990. Helm KYT digunakan di ajang balap dunia seperti MotoGP, menjadikannya salah satu merek lokal dengan reputasi global. Di pasar domestik, KYT mendominasi penjualan helm dan dikenal luas oleh konsumen karena desain yang inovatif, aman, dan nyaman digunakan.

Citra merek adalah persepsi atau kesan dibenak konsumen terhadap suatu merek produk atau jasa yang dibentuk berdasarkan pengalaman, asosiasi, dan interaksi mereka dengan produk atau jasa tersebut. Citra merek mencerminkan bagaimana konsumen memandang suatu merek dalam aspek kualitas, keandalan dan keunikannya dibandingkan dengan merek lain. Hal tersebut tidak hanya terbentuk dari komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Perusahaan. Pengalaman pribadi konsumen, rekomendasi orang lain serta eksposur terhadap media social dan ulasan pelanggan juga mempengaruhi citra merek. Menurut Kotler & Keller (2022) citra merek adalah “persepsi tentang suatu merek yang tercermin dalam asosiasi merek yang ada diingatan konsumen,” maksudnya citra merek merupakan kumpulan kesan yang dibentuk berdasarkan pengalaman dan ekspektasi konsumen terhadap suatu merek.

Banyaknya pesaing yang ada pada saat ini membuat helm local merek KYT harus menjaga citra merk mereka agar terus memimpin pasar helm. Dimana kebanyakan konsumen saat ini mulai memikirkan untuk memilih helm

yang memiliki citra merk yang lebih baik untuk mereka gunakan. Seperti yang dapat kita lihat pada table dari Top Brand Index dibawah bahwasanya nilai merek helm KYT mengalami penurunan :

**Tabel 1. 1 Top Brand Index Helm**

Brand	2021	2022	2023	2024
GM	6,60%	8,00%	12,20%	15,00%
INK	18,20%	14,40%	15,80%	17,60%
KYT	27,10%	24,20%	25,10%	20,20%
NHK	3,90%	4,40%	1,20%	2,10%

Sumber : Website Top Brand Award

Berdasarkan tabel diatas yang dilansir oleh Top Brand Award diindasikan bahwa nilai merek kyt terjadi penurunan, pada tahun 2021 market share KYT 27,10% mengalami penurunan menjadi 24,20% pada tahun 2022. Dan puncaknya terjadi penurunan pada tahun 2024 menjadi 20,20%. Dari data diatas dapat kita simpulkan bahwa market share helm KYT mengalami penurunan selama 4 tahun berturut – turut. Yang berarti terjadi penurunan citra merek helm KYT. Yang mana pengukuran nilai dari TopBrand Index sendiri adalah Top of Mind atau brand yang paling diingat oleh customer merupakan salah satu indikator pengukuran. Dimana kekuatan merek dalam memposisikan diri dibenak pelanggan merupakan kriterianya.

Citra merek memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun citra yang kuat dan memiliki ciri khas agar dapat bersaing dan membedakan diri dari merek lain. Pengembangan citra dapat dilakukan melalui strategi promosi yang

sesuai dengan identitas merek dan disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami konsumen.

Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Dimana tingkat keunggulan suatu produk dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan serta mencakup berbagai aspek seperti kinerja, daya tahan, dan kesesuaian dengan standar yang telah ditetapkan. Menurut Kotler & Keller (2022) kualitas produk didefinisikan sebagai *"The totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs,"* yang berarti kualitas produk merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh terhadap kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang tersirat. Pada konteks helm KYT, kualitas produk merupakan suatu hal yang harus mendapat perhatian lebih saat ini karena berdasarkan ulasan-ulasan yang ada di platform media sosial banyak orang yang mengeluhkan terkait kualitas produk helm KYT yang mana helm tersebut bisa saja digunakan pada kecepatan tinggi.



**Gambar 1. 1 Review Kualitas Produk**

Penurunan kualitas produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Contohnya, penjualan helm KYT di Toko Ikbar Jaya Lumajang tergolong rendah, diduga karena konsumen lebih memilih produk lain yang lebih murah namun memiliki kualitas yang dianggap sebanding. Kondisi ini menunjukkan pentingnya menjaga kualitas agar tidak kehilangan daya saing. Berikut tabel yang menunjukkan data tersebut:

**Tabel 1. 2 Penjualan Helm KYT di Toko Helm Ikbar Jaya 2024**

<b>Bulan</b>	<b>KYT</b>	<b>Juni</b>	11	40
<b>Januari</b>	12	<b>Juli</b>	9	43
<b>Februari</b>	14	<b>Agustus</b>	11	27
<b>Maret</b>	13	<b>September</b>	11	32
<b>April</b>	12	<b>Oktober</b>	8	26
<b>Mei</b>	15	<b>November</b>	9	20
		<b>Desember</b>	12	44

(Sumber : Data Penjualan Toko Helm Ikbar Jaya 2024)

Pemicu yang menjadikan konsumen melakukan keputusan pembelian harus dipertahankan dan ditingkatkan agar merek tersebut dapat bersaing dalam keadaan apapun. Keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen menentukan apakah akan membeli suatu produk atau jasa setelah mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi keputusan tersebut. Proses pengambilan keputusan ini mencakup beberapa tahap, yaitu identifikasi

kebutuhan, pencarian informasi, penilaian terhadap berbagai pilihan, keputusan untuk membeli, serta perilaku setelah pembelian dilakukan. Selain itu, Keputusan untuk membeli suatu produk baik barang maupun jasa timbul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri maupun pengaruh dari luar (Hakim, 2022). Yang artinya keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pribadi seperti motivasi dan persepsi, tetapi juga oleh faktor eksternal.

Persaingan yang semakin ketat di industri helm mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produknya dan memperkuat citra merek yang dimiliki. Peningkatan kualitas meliputi aspek kenyamanan, keamanan, desain, dan fitur tambahan yang memberikan nilai lebih bagi konsumen. Di sisi lain, citra merek yang positif akan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dengan memperbaiki kedua aspek ini, perusahaan dapat menghindari ketidakpuasan dan keluhan konsumen serta mempertahankan daya saing di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

Kualitas produk merupakan aspek krusial yang dipertimbangkan konsumen sebelum membeli helm. Faktor ini mencakup kenyamanan, keamanan, daya tahan, desain, serta fitur tambahan yang meningkatkan pengalaman berkendara. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Alrosyid (2022) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm INK. Selanjutnya, Khairina dan Saputro (2023) juga mengungkapkan bahwa kualitas produk dan citra merek

secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kedua faktor tersebut diduga memiliki peran penting dalam menentukan keputusan konsumen dalam memilih helm, termasuk merek KYT.

Pemilihan kota Lumajang sebagai lokasi penelitian karena menurut data Badan Pusat Statistik Lumajang merupakan daerah yang sepeda motor jumlahnya paling besar dibanding kendaraan lain yakni berjumlah 214.719. yang berarti kebutuhan akan helm sebagai keselamatan berkendara juga banyak. Selain itu, penulis belum pernah mendapati penelitian terdahulu tentang helm KYT di Lumajang sehingga hal ini juga sebagai faktor pendorong penulis melakukan penelitian ditempat ini.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti mengkaji tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk helm KYT. Yang akan dalam suatu penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm KYT di Lumajang”

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah berpengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk helm KYT di Lumajang ?
2. Apakah berpengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk helm KYT di Lumajang ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk helm KYT di Lumajang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk helm KYT di Lumajang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat dalam menggali lebih dalam teori terkait pengaruh Kualitas Produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm KYT.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna sebagai referensi bagi perusahaan dalam menghadapi dan menyelesaikan permasalahan pada pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dan materi pembandingan untuk penelitian berikutnya yang berfokus pada area yang serupa.