

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, baik produk maupun jasa. Era globalisasi sekarang ini kemajuan industri otomotif menjadi semakin pesat, sehingga beberapa perusahaan otomotif dunia berlomba-lomba untuk dapat memperluas pangsa pasar dalam rangka memperluas perdagangannya di Indonesia. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan dituntut mempunyai strategi yang tepat untuk memenuhi target penjualan. Persaingan bisnis yang semakin ketat, mengakibatkan perubahan perilaku konsumen di dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus selalu mencari informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. Dengan tujuan agar perusahaan dapat selalu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan calon konsumen. (Makanoneng et., al 2021)

Ketatnya persaingan menuntut produsen maupun distributor untuk mengambil langkah-langkah dan strategi yang tepat guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki perusahaan dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang tepat perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang

kian meningkat. Hal ini dihadapi oleh setiap Perusahaan yang mencari laba dan tidak terkecuali industri sepeda listrik. Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan secara cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung, seperti sarana transportasi. Sepeda listrik kini banyak yang menjual dengan berbagai merek. Gaya hidup modern merupakan salah satu faktor individu yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang melakukan pembelian. Sepeda. (Ediyanto:2023) Gaya hidup sangat erat kaitannya dengan perkembangan zaman. Gaya hidup sendiri lebih cenderung mengikuti tren yang sedang berkembang. Seiring dengan berkembangnya era globalisasi memberikan pengaruh yang kuat pada seluruh dimensi kehidupan masyarakat. Gaya hidup merupakan cara seseorang memiliki nilai dalam dirinya tidak banyak juga orang yang membeli sepeda listrik karena mengikuti tren dan untuk gaya hidup

Salah satu kendaraan yang paling banyak dimiliki oleh penduduk Indonesia adalah sepeda motor. Sepeda motor digunakan bukan hanya sebagai alat transportasi, tetapi berkontribusi menggerakkan ekonomi. Gunadi Sindhuwinata, Ketua AISI menjelaskan peta industri kendaraan bermotor roda dua ini mampu memberikan kontribusi kendaraan bermotor hampir 30% ke Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), Perkembangan kendaraan listrik di Indonesia mulai menguat kembali setelah diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2019 tentang percepatan program kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (*Battery Electric Vehicle*) Kemajuan ini bisa dilihat bahwa pada

tahun 2020 sudah diproduksi beberapa kendaraan listrik khususnya sepeda motor listrik oleh industri lokal. Hal ini yang menyebabkan banyaknya industri otomotif yang mengeluarkan produk seperti Motor listrik dan Sepeda Listrik dikarenakan banyaknya peminat dari produk tersebut dan didukung oleh pemerintah untuk menggunakan kendaraan listrik demi mengurangi polusi udara di Indonesia yang semakin memburuk

Selain itu pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor menjadi salah satu penyebab meningkatnya kemacetan dan pencemaran udara di Indonesia. Peningkatan jumlah dan jenis kendaraan bermotor menyebabkan meningkatnya jumlah emisi yang dikeluarkan berupa Karbon Monoksida (CO), Hidrokarbon (HC), Nitrogen Oksida (NO), dan debu. Indonesia mencatat peningkatan emisi CO₂ sebesar 18% sepanjang 2012 hingga 2017 yang disebabkan karena meningkatnya emisi dari pembangkitan listrik, sektor industri, dan sektor transportasi. Berbagai upaya dilakukan untuk mengurangi penggunaan bahan bakar fosil pada sektor transportasi darat (Fahmi et al., 2022). Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan penggunaan sepeda Motor listrik dan Sepeda listrik. Sepeda listrik merupakan sebuah kendaraan yang inovatif dan dianggap berdampak pada lingkungan (Berliandaldo & Prasetio, 2022). Sepeda listrik memiliki kelebihan dari pada kendaraan berbahan bakar mesin biasa, yaitu tidak dihasilkannya emisi gas buang. Selain itu juga sepeda listrik mendukung tren perkembangan masa depan untuk keunggulan energi yang rendah emisi.

Keputusan pembelian merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek yang akan dibeli (Salea, 2021). Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin banyak manfaat produk yang ditawarkan, akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli (Manoy, 2021). Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan konsumen, membangun merek produk yang baik dan memberikan inovasi-inovasi baru pada produk yang mereka produksi dengan mengikuti trend yang ada pada saat ini (Angkow, 2021). Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian Sepeda Listrik Pada konsumen Kota Medan bertumpu pada kualitas produk dari Sepeda Listrik, desain dari produk Sepeda Listrik dan Harga dari Sepeda Listrik. Konsumen pada saat ini lebih selektif dalam memilih produk yang akan digunakan karena banyaknya produk yang ditawarkan dan memiliki kelebihan yang berbeda satu sama lain.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian khusus dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan (Sambara, 2021). Kualitas produk juga berkaitan dengan kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan produk yang dijual oleh seller, maka harga adalah nilai yang harus dibayar untuk mendapatkan suatu produk (Sumaa, 2021). Maka dari itu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Konsumen selalu ingin mendapatkan

produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu (Mentang, 2021). Sepeda listrik yang beredar sekarang sudah memiliki standart kelayakan untuk berkendara di jalan raya. Pada umumnya Sepeda Listrik juga di bekali batrai sebesar 48V/12Ah dengan waktu pengisian baterai 4 – 5 jam dari 0% - 100% yang tahan untuk di bawa berkendara, mampu menempuh jarak 55km dengan maksimal kecepatan 30km/jam dan apabila batrai mulai lemah, pengendara juga bisa mengoes pedal sepeda yang telah di sediakan

Di samping itu desain sangat penting dalam menentukan pilihannya terhadap suatu produk, semakin baik desain suatu produk maka produk akan semakin baik di mata konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut (Maindoka, 2018). Desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakan kesan yang baik pada suatu produk. Seiring dengan berkembangnya jaman yang semakin modern, desain produk menjadi pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian (Suari, 2019). Dalam membuat suatu karakter produk yang menarik minat konsumen untuk membeli, perusahaan perlu memperhatikan dari segi kualitas produk serta memberikan desain produk menarik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen serta memberikan harga yang baik agar persepsi harga atas produk menjadi positif (Ansah, 2017). Maka dari itu dimana perusahaan yang punya kemampuan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen, yang bisa disesuaikan

seperti menyediakan warna-warna yang disukai bahkan bisa menyediakan warna yang berbeda dari perusahaan Sepeda listrik lainnya, agar itu bisa menjadi ciri khas dari perusahaan dari pada yang lainnya. Dari observasi sebelumnya, desain dari Sepeda Listrik cukup beragam dan bervariasi, dimulai dari segi bentuk, warna dan motif yang beragam. Contohnya ada beberapa Sepeda Listrik yang memiliki keranjang di depan, adapula yang memiliki sekat pegangan untuk keamanan bagi penumpang yang di boceng di belakangnya dan juga ada yang hanya memiliki untuk 1 penumpang saja. Berikut adalah penampakan dari sepeda listrik :

Gambar 1. 1 Sepeda Listrik



Sumber : *image.search.google.com*

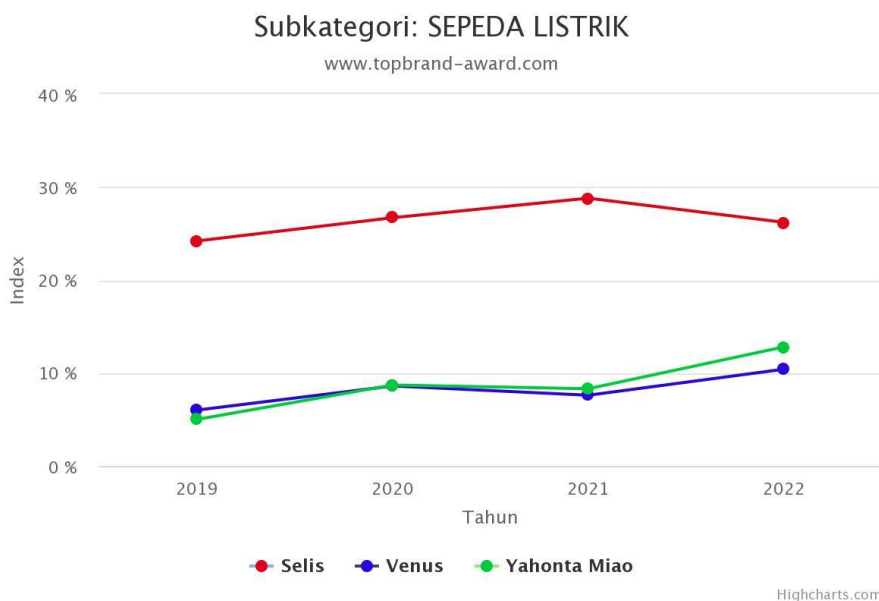
Harga menurut Kotler dan Amstrong (2018:324), adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Sedangkan menurut Tjiptono (2017:289), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan atas suatu barang atau jasa. Dalam arti sempit, harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam

barang, jasa ataupun pelayanan. Harga dari sepeda listrik di berbagai merek pada umumnya cukup terjangkau untuk kualitas yang ditawarkan, dengan harga antara Rp 2.297.500 – Rp 9.425.000 . Tidak hanya itu, untuk kualitas yang lebih tinggi harga Sepeda Listrik bisa menembus harga Rp 13.453.820 – Rp 25.216.800 di berbagai merek yang kualitas nya lebih bagus

Sepeda Listrik merupakan inovasi baru bagi perusahaan dalam melakukan penjualan produk mereka, dikarenakan banyaknya peminat Sepeda listrik di semua kalangan tak kala anak remaja dan orang tua. Maka dari itu banyak produsen Sepeda listrik mengeluarkan produk yang sama.

Bisa diambil contoh pada penjualan sepeda listrik pada beberapa merek berhasil meningkatkan pendapatannya dari penjualan 2019 – 2022 seperti dan tidak menutup kemungkinan untuk brand yang lain yang melakukan hal yang sama, yang ditunjukkan pada bagan berikut

Data Penjualan Sepeda Listrik Pada tahun 2019 - 2022



Gambar 1. 2 Data Penjualan Sepeda Listrik Pada tahun 2019 - 2022

Tabel 1.1 Top Brand Index tahun 2019 - 2022

Nama Brand	2019	2020	2021	2022
Selis	24.20%	26.70%	28.80%	26.20%
Venus	6.00%	8.60%	7.60%	10.40%
Yahonta Miao	5.00%	8.70%	8.30%	12.80%

Sumber :

www.topbrand-award.com

Berdasarkan bagan 1.1 diatas dapat diketahui penjualan sepeda listrik di Indonesia dari tahun 2019 – 2022 . Bisa diambil kesimpulan dari penjualan sepeda listrik dari beberapa merek tersebut mengalami fluktuasi (naikan turun) yang signifikan dari tahun 2019 – 2022 . Karena banyak nya peminat dari kendaraan tersebut peneliti memilih untuk meneliti Sepeda Listrik disebabkan harga yang cukup terjangkau akan tetapi memiliki kualitas yang bagus dan berstandart nasional Indonesia disamping itu sepeda listrik memiliki desain dan warna yang beragam yang sangat cocok digunakan diberbagai kalangan dari remaja sampai orang tua dimana tampilan nya yang bagus namun tetap aman dan nyaman saat dibawa berkendara.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Pada Konsumen Di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara?
2. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara?
3. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara?
4. Bagaimanakah pengaruh secara bersama-sama kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan Penelitian dapat digunakan sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan/wawasan, dan dapat mengaplikasikan teori yang di dapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai sarana untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman terkait permasalahan yang di teliti khususnya pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda listrik pada konsumen di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Disamping itu, juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Malikussaleh.

3. Bagi Perusahaan

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk.

4. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.