

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kian hari kebutuhan dari manusia makin bertambah, hal itu menuntut manusia untuk memaksimalkan mobilitas yang ada, dan pilihan yang bisa digunakan sebagai sarana memudahkan mobilitas adalah dengan transportasi, transportasi merupakan upaya pemindahan, penggerakan, pengangkutan, serta pengalihan benda ke suatu tempat, ditempat yang baru tersebut objek lebih dapat dimanfaatkan dan digunakan sebaik-baiknya (miro. 2005), perkembangan jaman berbanding lurus dengan perkembangan transportasi, salah satu komponen transportasi yang ikut mengalami perkembangan adalah ban motor. Unikny dijaman sekarang, selain dilihat dari segi fungsi, segi keindahan dan merek pada ban motor menjadi daya tarik tersendiri, oleh sebab itu banyak perusahaan yang mencoba mengembangkan produk yang mereka miliki agar sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen. Pada saat pembelian produk, pelanggan dipengaruhi oleh factor-faktor yaitu mutu produk, harga serta merek (indah,et,al., 2020)

Secara umum, ketika ingin melakukan pembelian produk, konsumen akan selalu dihadapkan dengan berbagai pertimbangan, pertimbangan yang

pertama ialah kualitas produk, jika suatu mempunyai kualitas yang unggul, maka akan meningkatkan kemauan pelanggan untuk membeli suatu produk. Setiap produk ban motor memiliki kualitasnya masing-masing, dalam hal ini pelanggan mempunyai kebebasan untuk memilih produk dengan kualitas paling baik antara 1 produk dengan yang lainnya, senada pada penelitian dari ilham Rahmat (2018) serta Alyssa Milano, dkk (2020) dimana dari penelitian yang dibuat memperlihatkan bahwa unsur kualitas barang secara signifikan berpengaruh untuk konsumen dalam menentukan pilihan apabila mereka akan membeli produk.

Selain unsur kualitas produk, unsur harga juga berpengaruh penting pada keputusan pembelian oleh pelanggan. Tinggi rendahnya harga suatu produk tentu akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen, maka dari itu sebelum memproduksi massal produknya, perusahaan harus menganalisa berapa nilai yang tepat terhadap barang atau jasa yang dihasilkan karena unsur harga dapat memberi dampak yang penting terhadap penjualan suatu barang, hal itu sesuai dengan jurnal yang ditulis oleh Dewi Rosa Indah, dkk (2018) dan Muhammad Syariful Anam, dkk (2020).

Faktor selanjutnya yang tidak kalah penting adalah merek, brand merupakan suatu acuan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan atau konsumen dari seseorang atau produsen (syafrizal helmi, 2010). Dengan kata lain, merek merupakan identitas dari barang yang diproduksi oleh perusahaan, semakin baik merek dimata konsumen maka semakin besar pula peluang suatu produk akan laku dipasaran, penelitian yang dilakukan oleh Yuni Rahmawati dan Sengguhnilwardono (2018) dan Siti Nurhayati (2017) membuktikan ternyata suatu brand akan mempengaruhi penjualan produk secara signifikan.

Dari ketiga faktor diatas, terdapat satu faktor pendukung yang bisa membuat suatu produk lebih dikenal oleh masyarakat, faktor tersebut merupakan sarana secara sosial, yang dijelaskan Maria Magdalena Bate'e (2019) serta Yafi Faisal Riskyady dan Raya Sulistyowati (2020) dalam penelitian mereka bahwa media sosial secara signifikan berpengaruh pada tumbuhnya angka penjualan suatu produk, itu merupakan hal yang wajar dikarenakan media sosial sudah menjadi konsumsi sehari-hari bagi masyarakat, dilansir oleh detikinet pengguna aktif sosial media di Indonesia mencapai 61,8%, angka yang besar untuk mempromosikan suatu produk.

Melalui uraian diatas, peneliti ingin menguji adakah pengaruh keterkaitan dari aspek kualitas produk, harga, merek, serta sosial media dalam memutuskan pembelian ban sepeda motor melalui penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Merek dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Ban Motor Merek IRC (Studi Kasus Pada Komunitas Motor Sidoarjo)”**

1.2 Rumusan Masalah

Melalui latar belakang yang sudah dipaparkan, penulis susun beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh dalam memutuskan pembelian Ban IRC ?
2. Apakah Harga berpengaruh dalam memutuskan pembelian Ban IRC?
3. Apakah Merek berpengaruh dalam memutuskan pembelian Ban IRC ?
4. Apakah sosial media mempengaruhi keputusan pembelian Ban IRC ?

5. Apakah kualitas produk, Harga, Merek dan sosial media secara bersama mempengaruhi keputusan pembelian Ban Motor merek IRC secara positif

1.3 Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah yang tertera di atas, penelitian ini memiliki tujuan antara lain:

1. Mengidentifikasi pengaruh kualitas dalam memutuskan untuk membeli Ban IRC.
2. Mengidentifikasi pengaruh harga dalam memutuskan untuk membeli Ban IRC .
3. Mengidentifikasi pengaruh merek dalam memutuskan untuk membeli Ban IRC
4. Mengidentifikasi pengaruh sosial media dalam memutuskan untuk membeli Ban IRC
5. Mengidentifikasi pengaruh positif secara bersamaan dari aspek Kualitas produk, Harga, merek, serta sosial media dalam memutuskan untuk membeli ban IRC.

1.4 Manfaat penelitian

Penulis harapkan melalui penelitian ini bisa bermanfaat, meliputi beberapa aspek di bawah ini:

A. Aspek Akademis

Penulis berharap bahwa hasil penelitian yang dilakukan bisa digunakan sebagai tambahan unsur dalam pembelajaran dan penerapan dalam bidang bidang akuntansi keperilakuan, lebih spesifiknya terkait keterpengaruhannya setiap aspek Kualitas produk, harga, merek serta sosial media bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk.

B. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penulis berharap bahwa hasil penelitian yang dilakukan bisa berguna sebagai referensi dalam penelitian serupa serta bisa menambah pertimbangan untuk peneliti di masa mendatang dan juga menjadi bahan pertimbangan untuk perusahaan yang dihadapkan dengan problem yang serupa, terutama tentang pengaruh dari setiap aspek kualitas produk, harga, merek serta sosial media dalam meningkatkan nilai tawar sebuah produk karya perusahaan tersebut.

C. Aspek Praktis

1. Bagi perusahaan

Diharapkan bisa dijadikan suatu pertimbangan untuk perusahaan dalam merencanakan strategi penjualan produknya dengan memperhatikan faktor kualitas produk, harga, merek serta media sosial dengan harapan penjualan perusahaan bisa mengikuti pangsa pasar yang ada.

2. Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan informasi mengenai produk ban IRC, baik berupa harga, kualitas maupun kemudahan mencari informasi di sosial media.