

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat yang ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing di mana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan sebelum produk dibuat.¹

Kebutuhan konsumen saat ini sangatlah beraneka ragam. Mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan terhadap barang-barang mewah. Salah satu kebutuhan konsumen adalah helm. Helm merupakan salah satu perlindungan wajib yang harus dikenakan pengendara kendaraan roda dua. Saat ini peraturan mengenai penggunaan helm telah diatur oleh pemerintah melalui peraturan Standar Nasional Indonesia (SNI).²

Helm SNI adalah helm yang telah tersertifikasi kualitasnya oleh badan standarisasi yang ditunjuk oleh pemerintah Indonesia. Helm tersebut

¹ Moh. Noer Muchlis, "Analisis Pengaruh Motivasi, Kepribadian, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus UD. MPM Motor Sambi Kediri)" (Skripsi, UNP Kediri, Kediri, 2016), 6.

² Nita Rahma Fadillah, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Crocs (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNAND)" (Skripsi, UNAND, Padang, 2011), 17.

telah memenuhi persyaratan material dan konstruksi, serta telah lolos berbagai pengujian. Sesuai dengan peraturan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 pasal 57 ayat 1 dan 2, yaitu:

1. Setiap kendaraan bermotor yang dioperasikan di jalan wajib dilengkapi dengan perlengkapan kendaraan bermotor.
2. Perlengkapan sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 bagi sepeda motor berupa helm standar nasional Indonesia.

Disebutkan juga dalam Undang-Undang yang sama pada pasal 108 ayat 8 bahwa “Setiap orang yang mengemudikan sepeda motor dan penumpang sepeda motor wajib mengenakan helm yang memenuhi standar nasional”.³

Helm merupakan benda yang telah akrab dalam kehidupan sehari-hari saat kita mengendarai sepeda motor. Hampir setiap orang memiliki helm. Helm juga memiliki beraneka model dan merek. Berikut adalah 10 rekomendasi helm motor terbaik (terbaru tahun 2018):⁴

³ Alfin Adiyatma, “Implementasi Aturan Pengguna Helm SNI Dalam UU No. 22 Tahun 2009”, *Kompasiana On line*, <http://www.kompasiana.com>, diakses tanggal 14 Mei 2018.

⁴ Cars, Motorcycles, “10 Rekomendasi Helm Motor Terbaik (Terbaru Tahun 2018)” *Online*, <https://my-best.id/10760/>, diakses tanggal 14 Mei 2018.

Tabel 1. 1**Daftar Rekomendasi Helm Terbaik (Terbaru Tahun 2018)**

No	Merek Helm	No	Merek Helem
1	Shoei X-Fourteen Marqueze	6	Zeus ZS -811 Matt Black
2	Arai PB-SNC2-RX-7X REA	7	KYT Hellcat Plain Black
3	HJ RPHA 11 PRO Military Camo	8	GM New Imprezza Silid 2 Visor
4	AGV K-3 SV EE205 Multi Myth	9	NHK R1 Solid
5	INK Adventure	10	JBX Helmet Bogo Retro Helm

(Sumber: Internet)

Dari sepuluh rekomendasi helm terbaik yaitu salah satunya adalah merek INK. Di Indonesia sendiri helm merek INK telah sangat dikenal oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda. Helm merek INK sudah lulus uji standar nasional Indonesia (SNI). INK adalah merek helm yang cukup diminati dikalangan masyarakat Indonesia, alasannya pun memang kuat yaitu kualitas dan desain helm yang menarik menjadi daya tarik tersendiri di masyarakat. Selain itu helm INK juga terpajang lengkap di toko-toko helm sehingga mudah untuk dibeli. Variasi pemilihan warna banyak dan menarik membuat INK mudah dikenali ciri khasnya. Dalam setiap periode merek INK juga mengeluarkan *style* atau tipe-tipe baru untuk jenis helm, hal ini membuat pembeli tidak bosan-bosan untuk mengoleksi ataupun mengganti helm mereka yang lama dengan yang baru. Selain itu, INK juga dibekali dengan standar

Internasional DOT (*Department Of Transportation*) yaitu helm yang lulus uji produk yang dilakukan oleh NHTSA (*National Highway Traffic Safety Association*). DOT juga merupakan sertifikasi yang diakui oleh 50 negara besar di dunia. Contohnya: Eropa, Amerika, Jepang, dan lain-lain.⁵

Dengan beberapa kelebihan yang telah ditawarkan oleh helm merek INK dengan beberapa keunggulan kualitas yang telah ditawarkan. Ini bisa meningkatkan penjualan produk serta membuktikan bahwa helm merek INK memiliki kualitas terbaik dan mempermudah dalam mengambil keputusan pembelian.

Menurut Philip Kotler, dalam keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sciffman dan Kanuk mendefinisikan suatu keputusan pembelian adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.⁶ Berikut tabel faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan:⁷

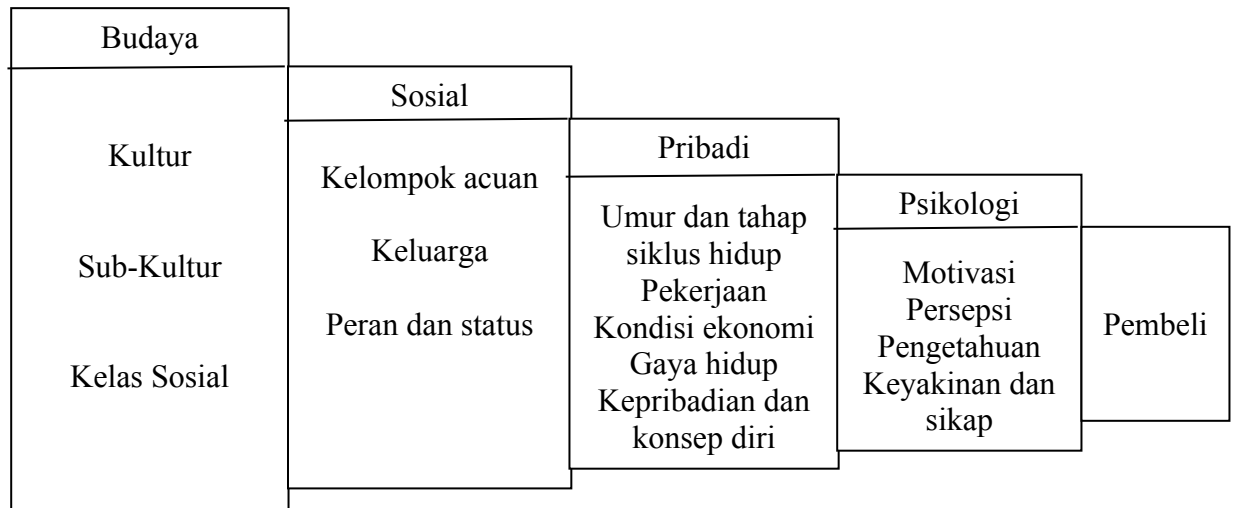
⁵ Yukimuarichi, "Apa Sih Arti Tulisan DOT Pada Helm?", *Online*, <https://kusanantokarasan.com>, diakses tanggal 17 Agustus 2018.

⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2002), 289.

⁷ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Kesembilan (Jakarta: Indeks Gramedia, 2003), 202.

Gambar 1. 1

Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Menurut Philip Kotler



(Sumber: Philip Kotler dan Garry Armstrong)

Suatu keputusan tidak akan memiliki keakuratan yang kuat jika tidak didukung berbagai informasi yang ada. Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan.⁸ Dalam proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Pengertian lain tentang keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk adalah “*the selection of an option from two or*

⁸ Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2014), 162-163.

alternative choice". Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang di mana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian merupakan proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.⁹ Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.¹⁰ Apabila konsumen telah memutuskan alternatif yang akan dipilih dan mungkin menggantinya bila diperlukan, maka akan melakukan pembelian.¹¹

Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Kediri, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri yang sekarang dikenal sebagai Institut Agama Islam Negeri Kediri (IAIN), berawal dari munculnya gagasan para tokoh masyarakat Jawa Timur pada tahun 1961. IAIN Kediri terdiri dari beberapa Fakultas yaitu Fakultas Ushuluddin meliputi Jurusan Ilmu Al-Quran dan Tafsir (IAT), Ilmu Hadits (IH), Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Perbandingan Agama (PA), Psikologi Islam (PI), Sosiologi Agama (SA), dan Tasawuf dan Psikoterapi (TP). Yang kedua adalah Fakultas Tarbiyah terdiri dari beberapa Jurusan yaitu Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Bahasa Arab (PBA), Tadris Bahasa Inggris

⁹ Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, terj. Zoelkifli Kasip (Jakarta: Indeks, 2002), 437.

¹⁰ Angga Nur, "Keputusan Pembelian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi", *Wordpress, (Online)*, <https://angganurrahmanrockets.wordpress.com/2023/11/17/>, 18 Januari 2014, diakses tanggal 19 Desember 2017.

¹¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 357.

(TBI), Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), dan Tadris Matematika (TM). Dan yang ketiga adalah Fakultas Syariah yang terdiri dari jurusan Al-Ahwal Al-Syakhsiyyah (AS), Ekonomi Syariah (ES), Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah), dan Perbankan Syariah (PS).¹²

Jurusan Ekonomi Syariah menerima Mahasiswa baru mulai tahun akademik 2001/2002 bersamaan dibukanya Jurusan Ekonomi Islam (EI) atau sekarang berganti nama menjadi Jurusan Ekonomi Syariah (ES). Program studi ini dibuka berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Kelembagaan Agama Islam yang professional sebagai praktisi dalam bidang ekonomi Islam dan keuangan Syariah. Dewan Pengawas Syariah (DPS), pegawai badan zakat dan wakaf, tenaga peneliti, dan konsultan ekonomi Syariah.¹³

Berdasarkan pada penelitian awal saat observasi pada Jurusan Ekonomi Syariah (ES) angkatan tahun 2017 yang berjumlah 166 Mahasiswa, terdapat empat kelas yaitu A, B, C dan D. Setiap kelas berjumlah 42, 42, 40, dan 42 orang.

¹² https://id.wikipedia.org/wiki/IAIN_Kediri, diakses tanggal 18 Agustus 2018.

¹³ Jurusan Syariah STAIN Kediri, *Buku Pedoman Jurusan Syariah Tahun Akademik 2015/2016* (Kediri: Stain Kediri Press, 2015), 1.

Tabel 1. 2

**Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2017
Terhadap Pemilihan Helm Merek INK**

Kelas Merek Helm	A	B	C	D	Jumlah
INK	9	14	15	9	72
Bogo	3	2	4	3	27
KYT	1	4	0	1	9
NTC	1	1	0	1	4
Honda	2	1	3	2	8
Movie Star	0	1	0	0	1
Yamaha	0	0	1	2	3
BMC	1	0	2	3	6
CM	0	1	0	0	1
Jumlah					131

(Sumber : Data Diolah Peneliti)

Dari tabel di atas disimpulkan bahwa dari 166 Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah tahun angkatan 2017, yang merespon saat observasi pertama sebanyak 131 Mahasiswa. Dari Mahasiswa tersebut paling banyak memilih helm merek INK sebanyak 72 Mahasiswa.

Peneliti tertarik meneliti Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017 karena jumlah pemakai helm merek INK paling banyak tiga tahun terakhir ini. Mahasiswa dipilih karena selain sesuai dengan segmen pasar helm merek INK, selain itu di era yang serba modern dan kekinian ini helm menjadi hal yang wajib bagi seorang mahasiswa saat mengendarai sepeda motor. Selain itu pentingnya memakai helm saat berkendara, pemasar

membuat *style* dan tipe pada helm merek INK sehingga peminat paling banyak didominasi oleh kalangan usia muda.

Berdasarkan observasi selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti kepada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017 yang memilih helm merek INK yang berjumlah 72 orang, mereka mengambil keputusan pembelian karena beberapa faktor. Berikut tabel pelengkapannya:

Tabel 1.3

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2017 terhadap Pemilihan Faktor-faktor Pengaruh Pengambilan Keputusan Menurut Philip Kotler

Pengaruh	Jumlah
Kultur	-
Sub Kultur	-
Kelas Sosial	-
Kelompok Acuan	3
Keluarga	2
Peran dan Status	-
Umur dan Tahap	-
Siklus Hidup	1
Pekerjaan	-
Kondisi ekonomi	5
Gaya hidup	30
Kepribadian dan konsep diri	10
Motivasi	-
Persepsi	1
Pengetahuan	-
Keyakinan dan Sikap	-
Jumlah	52

(Sumber: Data Diolah Peneliti)

Dari tabel di atas, disimpulkan bahwa dari jumlah 72 Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017, mereka memilih atau membeli helm merek INK karena faktor keputusan pembelian yaitu gaya hidup.

Dalam memutuskan suatu pembelian ada beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu salah satunya adalah gaya hidup. Menurut Engel Gaya hidup adalah pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Menurut Philip Kotler gaya hidup (*life style*) adalah pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup lebih banyak menjelaskan sesuatu ketimbang kepribadian dan kelas sosial seseorang. Gaya hidup menggambarkan pola tindakan dan interaksi seseorang secara menyeluruh.¹⁴ Gaya hidup menampilkan pola perilaku seseorang dan interaksinya.¹⁵

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan Tahun 2017)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gaya hidup pembeli helm merek INK pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017?

¹⁴ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, ter. Imam Nurmawan (Jakarta: Erlangga, 1997), 163.

¹⁵ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketiga, terj. Damos Sihombing (Jakarta: Erlangga, 2001), 208.

2. Bagaimana keputusan pembelian produk helm merek INK pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk helm merek INK pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gaya hidup pembeli helm merek INK pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian produk helm merek INK pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk helm merek INK pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Secara Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana, wawasan dan manfaat dalam ilmu pengetahuan khususnya dibidang ilmu pemasaran yang berhubungan dengan gaya hidup dan keputusan pembelian.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini dilakukan guna memperdalam dan menerapkan teori yang didapat selama studi tentang perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup dan keputusan pembelian atas suatu produk. Sehingga menambah wacana, wawasan, dan pengetahuan peneliti untuk saat ini dan masa yang akan datang.

b. Bagi Produk Helm Merek INK

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan atau keputusan dalam rangka meningkatkan jumlah konsumen dengan cara memahami dari segi gaya hidup supaya strategi pemasaran bisa berjalan dari berbagai sisi. Serta bisa memberikan informasi dan wawasan yang dapat memaksimalkan manajemen pada pemasar produk helm merek INK.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan guna memperdalam dan menerapkan teori yang didapat selama studi tentang perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup dan keputusan pembelian atas suatu produk. Sehingga menambah wacana, wawasan, dan pengetahuan peneliti untuk saat ini dan masa yang akan datang.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan inspirasi penulis untuk melakukan penelitian. Penulis menelusuri karya lain dari penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan sebagai referensi, acuan dan perbandingan dalam penelitian ini. Adapun penelitian sebelumnya yang berkaitan adalah penelitian yang berjudul:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Wayan Adi Virawan dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merek INK)”¹⁶ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada Penelitian Wayan Adi Virawan dengan penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan dapat diperoleh dari variabel yang digunakan. Akan tetapi, variabel yang sama hanya divariabel keputusan pembelian (Y). Sedangkan perbedaannya terletak pada jumlah variabel dan obyek yang diteliti, karena peneliti melakukan penelitian pada Mahasiswa angkatan tahun 2017 yang menggunakan helm merek INK.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Avianto Kusuma Pratama, dengan judul “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk terhadap

¹⁶Wayan Adi Viranto, “Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merek INK)” (Skripsi, UNY, Yogyakarta, 2013), 10.

Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Konsumen *Smartphone* Samsung Wilayah Jakarta Pusat)".¹⁷ Metode yang digunakan dalam analisis yaitu metode *judgement sampling*. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Tingkat signifikan gaya hidup sebesar 0,015. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung dilihat dari tingkat signifikan yaitu sebesar 0,000. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung dilihat dari tingkat signifikan yaitu sebesar 0,006. Pada penelitian Avianto Kusuma Pratama dengan penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan dapat diperoleh dari, variabel yang sama hanya divariabel gaya hidup dan keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang tidak sama yaitu promosi dan kualitas produk.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitian.¹⁸ Pada penelitian ini penulis akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

¹⁷Avianto Kusuma Pratama, "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Konsumen *Smartphone* Samsung Wilayah Jakarta Pusat)", Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, repository.uinjkt.ac.id, diakses tanggal 17 Agustus 2018.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 71.

1. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup Mahasiswa terhadap keputusan pembelian helm merek INK.
2. H_o = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup Mahasiswa terhadap keputusan pembelian helm merek INK.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian ini adalah anggapan-anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian. Mengacu hipotesis yang ada, maka asumsi sementara yang diajukan penulis adalah gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian helm merek INK pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan tahun 2017.

H. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dapat berbentuk definisi operasional yang akan diteliti. Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat sesuatu yang diamati. Penegasan istilah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Gaya hidup (*life style*) adalah “*patterns in which people live and spend time and money*” yang artinya pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.¹⁹
2. Keputusan pembelian adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.²⁰

¹⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 449.

²⁰ *Ibid*, 289.

