

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring kemajuan teknologi otomotif dan perkembangan dunia modern, persaingan dagang antar perusahaan semakin hari semakin pesat. Dengan bertambahnya kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk, Konsumen saat ini bisa memilih produk apa yang dibutuhkan mereka, dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin dinamis. Peranan suatu perusahaan harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan yang semakin kompleks dengan persaingan usaha yang tinggi, dengan itu diperlukan suatu perhatian perusahaan agar produk yang dipasarkan memiliki keunggulan tersendiri dan banyak diminati konsumen. Salah satu hal yang perlu diperhatikan perusahaan terkait gaya hidup konsumen, salah satunya dari kebiasaan seseorang yang diperoleh dari perkembangan ekonomi, sosial dan aktivitas dilingkungan sekitar yang dapat mempengaruhi keinginan akan produk.

Saat ini transportasi di Indonesia memiliki perkembangan yang bisa kita rasakan saat ini adalah hal yang sangat penting bagi semua kalangan, dapat dilihat dari sejarah transportasi di Indonesia yang terus mengalami kemajuan sehingga zaman sekarang motor bukan lagi kebutuhan sekunder melainkan kebutuhan primer. Salah satu transportasi yang banyak diminati 2 tahun belakangan ini adalah sepeda motor listrik, Sepeda Motor listrik merupakan transportasi yang direncanakan pemerintah di masa depan agar udara kota tetap bersih dan ramah lingkungan. Pemerintah terus memberikan dukungan terhadap penggunaan sepeda motor listrik di Indonesia dengan berwacana memberikan insentif dalam bentuk subsidi sebesar 7 juta per unit dalam 2 tahun yakni

2023 dan 2024 dengan kuota yang berbeda setiap tahunnya mulai dari 20 maret 2023. Menteri keuangan Sri mulyani menyatakan dalam konferensi pers “ anggaran yang dibutuhkan untuk tahun 2023 adalah 1,75 triliun rinciannya 200 ribu motor listrik. dan 50 ribu motor listrik koversi. Sementara tahun 2024, motor listrik baru sebanyak 600 ribu per unit dan 150 ribu perunit, dengan anggaran 5,25 triliun (detikoto).

Minat beli adalah suatu tahapan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian, yang benar-benar menjadi perhatian penting bagi perusahaan. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut mencari informasi pendukung sebagai acuan dalam menentukan produk yang akan memenuhi keinginannya. Schiffman dan Kanuk (2007:227). Minat beli adalah merupakan pernyataan maksud konsumen untuk membeli, skala maksud pembeli digunakan untuk menilai kemungkinan konsumen untuk membeli suatu produk atau berperilaku menurut cara tertentu. Menurut sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, lalu muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya menurut Kotler dan Keller (2016). Perusahaan harus mengetahui produk apa yang diinginkan konsumen, sehingga arah kebijakan yang diambil perusahaan dalam memaksimalkan penjualan dipasar lebih baik. Perkembangan teknologi informasi yang cepat, perusahaan dituntut untuk mengetahui dan memahami produk yang menjadi minat beli konsumennya. Adanya hubungan yang erat antara konsumen dan perusahaan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada presepsi konsumen.

Perubahan dari masyarakat tradisional menuju masyarakat modern ditandai dengan gaya hidup dan sikap perubahan akan tuntutan masa kini. Gaya hidup menurut Mowen dan Minor (2002) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalosikan waktunya. Ujang Sumarwan (2011:57)

mendefinisikan Gaya Hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Seiring berkembangnya zaman, Gaya hidup masyarakat yang mengikuti perubahan zaman yang mengacu dan bergerak kepada gaya hidup modern yang biasa dikatakan menjadi sebuah tren dan kebutuhan.. variabel ini didukung dari penelitian terdahulu Mauizatul dkk (2021), Yosie (2019), Puji dkk (2021) menyatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi secara signifikan terhadap minat beli dengan itu produse perlu memperhatikan keinginan, mempertahankan dan meningkatkan faktor gaya hidup.

Selain Gaya hidup yang dapat meningkatkan minat beli, pengetahuan akan suatu produk yang dimiliki konsumen juga dapat mempengaruhi minat beli. Karena dengan mengetahui spesifikasi produk calon konsumen tidak akan berpaling pada merek pesaing, karena mereka sudah mengetahui jenis, spesifikasi, dan popularitas mereknya produk tsb. Pengetahuan produk menurut Ayuningsih dan Maftukhah (2020) pengetahuan produk adalah cakupan informasi yang tersimpan dalam benak konsumen yang nantinya dapat membantu konsumen untuk mempertimbangkan pilihannya terhadap suatu produk. Menurut Sumarwan (2011) pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan produk ini meliputi kategori produk, merek, terminology, atribut, fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Kurangnya pengetahuan dan masih adanya keragukan akan potensi tenaga listrik dan aspek desain yang masih kurang sesuai dengan keinginan konsumen. Variabel ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu Azhar (2019), Guntur dkk (2021) menyatakan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat

beli karna semakin luasnya pengetahuan konsumen akan suatu produk semakin tinggi pula keinginan untuk memiliki produk tersebut.

Toko sepeda motor listrik sendiri sudah hadir di kota Pasuruan sekitar 3 tahun lalu dan setiap tahun selalu bertambah toko yang menjual sepeda motor listrik, beberapa toko yang menjual sepeda motor listrik diantaranya toko U-Winfly di Jl. Raya Pantura No.95 Trajeng , toko Royal Jl. Soekarno Hatta No.93, toko Kawan Abadi Ebike di Jl. Erlangga No.25, toko Indo Bismar Nusantara Jl. WR Supratman, toko Mitra Sejati Electric Bike di Jl. Wachid Hasyim, toko-toko diatas menjual beberapa macam merek sepeda motor listrik diantaranya Uwinfly, Goda, Selis, Antelope, Exsotic, dll. Toko sepeda motor listrik sendiri sering kali memberikan potongan harga dari Rp.500.000- Rp. 850.000, hadiah yang menarik, tawaran pembelian secara kredit, Garansi, *free test drive* dan pembelian *cash on delivery* untuk menarik minat beli dan memudahkan konsumen. Beberapa toko sepeda motor listrik juga menyediakan pembelian sparepart dan jasa servis sehingga konsumen tidak bingung lagi jika sepeda motor listrik mengalami kerusakan.

Meskipun motor merupakan kebutuhan primer tetapi tidak sedikit masyarakat yang masih ragu untuk membeli sepeda motor listrik, dengan berbagai alasan yaitu mengalami konseleting listrik saat hujan dan banjir, sulitnya untuk menjual kembali berbeda dengan motor menggunakan bahan bakar yang dengan mudah untuk dijual kembali, dan masih banyak masyarakat yang masih bingung cara melakukan perawatannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan penelitian terdahulu, Penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian terhadap para konsumen yang ber keinginan membeli sepeda motor listrik di semua toko yang menjual sepeda motor listrik di kota

Pasuruan dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Motor Listrik Di Kota Pasuruan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dirumuskan suatu permasalahan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah Gaya hidup dan pengetahuan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli motor listrik di kota Pasuruan ?
2. Apakah Gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli motor listrik di kota Pasuruan ?
3. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat beli motor listrik di kota Pasuruan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup dan pengetahuan produk terhadap minat beli motor listrik di kota Pasuruan
2. Untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup terhadap minat beli motor listrik di kota Pasuruan
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap minat beli motor listrik di kota Pasuruan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi beberapa pihak yang terkait, antara lain :

1. Bagi Peneliti

Memberikann pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan serta pola pikir dalam menganalisis hubungan Gaya hidup dan pengetahuan produk terhadap minat beli.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai refrensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

3. Bagi Lembaga Universitas Merdeka Pasuruan

Menambah perbendaharaan hasil penelitian mahasiwa Universitas Merdeka Pasuruan dan dapat dipegunakan untuk kepentingan ilmiah.

4. Bagi Toko yang menjual sepeda motor listrik di Kota Pasuruan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi toko yang menjual sepeda motor listrik di Kota Pasuruan tentang faktor-faktor yang bisa mempengaruhi minat beli yaitu Gaya hidup dan pengetahuan produk.