

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era modern ini, kesadaran masyarakat global terhadap pentingnya gaya hidup yang ramah lingkungan semakin meningkat. Penggunaan kendaraan berbahan bakar fosil telah terbukti memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan, termasuk polusi udara dan perubahan iklim. Dalam upaya mengatasi masalah ini, banyak individu dan komunitas di seluruh dunia mulai mencari alternatif transportasi yang lebih berkelanjutan. Salah satu solusi yang muncul adalah sepeda listrik. Ukuran pasar *e-bike* diperkirakan mencapai 38,08 miliar USD pada tahun 2025 dan akan meningkat menjadi 51,78 miliar USD pada tahun 2029, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 7,98% selama periode tersebut. Di kawasan Asia-Pasifik, Cina, Jepang, dan Indonesia menyumbang bagian utama dari penjualan unit sepeda listrik secara keseluruhan. Pada tahun 2023, Cina memegang lebih dari 90% pangsa volume di pasar sepeda listrik global, menunjukkan dominasi yang kuat dalam industri ini (*Research and Markets, "Electric Bicycle Market – Growth, 2023*). Dengan tren ini, sepeda listrik semakin menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang ingin berkontribusi pada lingkungan yang lebih bersih dan berkelanjutan..

Sepeda listrik menawarkan solusi transportasi yang efisien dan ramah lingkungan, terutama untuk perjalanan jarak dekat hingga menengah. Dengan

kemudahan penggunaan dan efisiensi energi, sepeda listrik menjadi pilihan menarik bagi mereka yang menginginkan transportasi praktis dan berkelanjutan. Selain mengurangi emisi karbon dan polusi udara di area perkotaan, sepeda listrik juga memberikan manfaat kesehatan karena tetap melibatkan aktivitas fisik. Keunggulan lainnya adalah kemampuannya untuk mengatasi medan sulit dan jarak yang lebih jauh, yang sering menjadi kendala bagi sepeda konvensional.

Dari segi ekonomi, biaya operasional sepeda listrik yang relatif rendah, ditambah dengan dukungan regulasi di berbagai negara, semakin meningkatkan minat konsumen yang peduli lingkungan. Fleksibilitas penggunaan, di mana pengguna dapat memilih antara mode listrik atau mengayuh secara manual, menambah daya tarik sepeda listrik sebagai solusi transportasi yang adaptif. Dengan demikian, sepeda listrik berperan penting dalam pengembangan sistem transportasi perkotaan yang lebih cerdas dan berkelanjutan di masa depan.

Salah satu perusahaan yang berfokus pada sepeda listrik di Indonesia adalah CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi. Perusahaan ini menawarkan berbagai jenis sepeda listrik dengan variasi harga dan kualitas. Namun, pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi belum sepenuhnya dipahami. Data penjualan dari bulan Januari hingga April 2025 menunjukkan tren peningkatan penjualan, meskipun masih terdapat tantangan dalam mencapai target yang ditetapkan.

Tabel 1**Data penjualan CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi**

No	Bulan	Total Penjualan	Target Penjualan
1	Januari	10 Unit	16 Unit
2	Februari	13 Unit	15 Unit
3	Maret	17 Unit	16 Unit
4	April	22 Unit	20 Unit

Sumber: CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi 2025

Berdasarkan Tabel 1 data penjualan pada CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi, pada bulan Januari, penjualan hanya mencapai 62,5% dari target, yang menunjukkan adanya tantangan dalam kesadaran pasar atau efektivitas strategi pemasaran. Namun, terjadi peningkatan signifikan pada bulan Februari dan Maret, di mana penjualan melampaui target, menunjukkan adanya perbaikan dalam pemasaran atau meningkatnya minat konsumen. Pada bulan April, penjualan mencapai 110% dari target, mencerminkan lonjakan permintaan yang mungkin dipengaruhi oleh faktor musiman atau eksternal lainnya.

Fenomena yang terjadi dalam pembelian sepeda listrik menunjukkan bahwa keputusan konsumen tidak semata-mata dipengaruhi oleh kesadaran lingkungan, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga dan kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk dan harga merupakan dua elemen fundamental yang berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk yang tinggi berpotensi untuk meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen serta memengaruhi persepsi

nilai yang mereka miliki terhadap produk tersebut. Di sisi lain, harga yang kompetitif dapat memperkuat niat beli konsumen. Oleh karena itu, kedua faktor ini memiliki peranan yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Anis Mardiana & Wahyu Nurul Faroh (2024), ditemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “ **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi.**” Pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan tren pasar sangat penting bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan demikian, diharapkan perusahaan dapat mengembangkan pendekatan yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen yang semakin meningkat, khususnya dalam permintaan akan transportasi yang ramah lingkungan. Strategi pemasaran yang dirancang dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini tidak hanya akan meningkatkan penjualan, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan, sejalan dengan tuntutan masyarakat modern yang semakin peduli terhadap isu-isu ekologis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda listrik di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda listrik di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi Purwosari Kabupaten Pasuruan " adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda listrik di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda listrik di CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pemasaran, dengan fokus khusus pada

pemahaman mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda listrik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi akademis yang memperkaya kajian teori perilaku konsumen serta strategi penetapan harga dalam produk sepeda listrik. Selain itu, temuan ini juga diharapkan dapat mendukung penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan dalam bidang yang sama, sehingga memperluas wawasan dan pemahaman di area pemasaran produk inovatif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi manajemen CV. Rofiqcell Sukses Jaya Abadi dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Salah satu rekomendasi yang dapat diambil adalah peningkatan kualitas produk serta penetapan harga yang kompetitif, yang bertujuan untuk menarik minat beli konsumen. Selain itu, temuan dari penelitian ini juga berpotensi membantu perusahaan dalam memahami preferensi konsumen secara lebih mendalam. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan penjualan serta daya saingnya di pasar sepeda listrik, khususnya di Kabupaten Pasuruan. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan yang berharga dalam pengambilan keputusan strategis yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen.