

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat kota dengan pola pikir yang berkembang serta didasari pada berbagai fasilitas yang disediakan oleh kota, membuat gaya hidup mereka sangat rentan dipengaruhi perkembangan jaman. Gaya hidup masyarakat perkotaan berbeda dengan masyarakat desa yang masih tradisional. Menurut Burhan (2001), Gaya hidup merupakan suatu kebiasaan setiap individu yang melekat dan suatu keharusan yang harus dilakukan demi menjadikan kepuasan tersendiri baik dengan cara meniru, maupun gaya yang timbul dalam diri sendiri dan merasa kebiasaan itu patut dilakukan. Penerapan gaya hidup (lifestyle) seseorang berbeda-beda, namun hal tersebut bisa menjadi dominan jika individu masuk ke dalam sebuah kelompok atau komunitas dengan gaya hidup yang sama (Peter, 2001). Efisiensi dan mobilitas menjadi pertimbangan utama seseorang memilih sepeda motor. Sepeda motor menjadi citra dari pemiliknya, menjadi sebuah hobi bagi pemiliknya, dan dari sinilah masyarakat dalam hal ini pemilik atau pengguna sepeda motor mulai mencari wadah atau tempat untuk menyalurkan hobinya yang kemudian membentuk kelompok-kelompok pecinta sepeda motor atau yang lebih akrab di kenal dengan komunitas motor, klub motor maupun geng motor. Berangkat dari sinilah kemudian muncul dan berkembangnya beragam komunitas motor dengan karakteristik atau ciri khas yang berbeda-beda. (<http://id.scribd.com>, diunduh pada 16 Juni 2014), salah satunya adalah dengan cara memodifikasi kendaraan sepeda motor mereka.

Memodifikasi kendaraan sepeda motor atau mobil adalah gaya hidup mewah di mata umum. Komunitasnya kadang dianggap kurang masuk akal, karena desain-desainnya yang kurang masuk akal dimata masyarakat. Karena bodi kendaraan dicat atau dilukis warna-warni dan kadang seperti kanvas tempat lukisan lalu bodi motor lepas dan diganti ke onderdil yang tidak standar. Menurut masyarakat pada umumnya, kendaraan modif itu jelas irasional, dan fungsi kendaraan sebagai angkutan yang berubah menjadi simbol gaya hidup penggunanya. Karena itu, untuk menebus harga kepuasan (kebahagiaan) atas

kendaraan, orang tak segan membuang-buang uang dengan jumlah tak jarang melebihi harga kendaraannya sendiri. Bahkan memodifikasi kendaraan menjadi candu bagi pelakunya. Pelaku akan puas secara internal, dan puas diterima pada komunitasnya(<http://lifestyle.kompasiana.com>, diunduh pada 16 Juni 2014). Lebih lanjut, bagi penggemar otomotif, modifikasi motor memang menambah daya tarik tersendiri. Selain terlihat beda, mengendarai motor yang sudah di modifikasi pun akan membuat si pengendara jadi lebih percaya diri(<http://m-tajuddinns.blogspot.com>, diunduh pada 16 Juni 2014).

Dalam industri modifikasi sepeda motor, dikenal istilah *High Performance Parts*, dimana spare part ini bukan hanya untuk keperluan *racing*, tetapi juga dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja dan akselerasi. Salah satu produk *High Performance Part* yang terkenal adalah product TDR *Racing*. Produk TDR ini berasal dari Thailand, dimana produk ini dikanalkan oleh kaula-kaula muda di sana yang suka otomotif. Otomotif Thailand pun menjadi acuan bagi para otomotif-otomotif Indonesia sebagai panduan dalam memodifikasi kendaraan bermotor mereka. Produk TDR ini dapat diterapkan pada mesin mau pun pada penampilan luar motor. Tidak sedikit dalam mengeluarkan uang untuk memodifikasi motor dengan produk TDR ini. Untuk memodifikasi mesin motor dengan produk TDR bisa mencapai Rp. 9.000.000. sedangkan untuk memodifikasi bagian luar motor bisa mencapai Rp. 3.000.000. Produk TDR *Racing* ini telah teruji pada *event* Pertamina-TDR Enduro Matic Jaya Bali Vaganza 2009, dimana seluruh product TDR yang diaplikasikan pada enam motor matic dari ATPM Honda, Yamaha dan Suzuki, telah melewati perjalanan panjang sejauh 3.000 km dari Jakarta-Bali-Jakarta selama 11 hari 10 malam. Sehingga peroduk ini mendapat kepercayaan dari konsumen di bandingkan dengan produk pesaingnya seperti Daytona dan CLD. Karena TDR merupakan *spare part racing* yang dapat dipakai harian dan tahan lama. TDR *Racing* merupakan produk yang berasal dari negara yang terkenal dengan gajah putihnya, yaitu Thailand. Dimana untuk dunia otomotif, Thailand menjadi kiblat bagi para otomotif di Asia. (<http://gayamotor.com>, diunduh pada 16 Juni 2014).

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa ada dua faktor yang dapat mendorong seseorang untuk memutuskan melakukan memodifikasi motor yaitu

gaya hidup (*lifestyle*) dan karena dapat menunjukkan status sosial (*money attitude*). Hal ini didukung pula oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yi Lin dan Yu Shish (2009). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap uang dan gaya hidup secara positif mempengaruhi sikap terhadap keputusan pembelian. Studi tersebut menunjukkan bahwa sikap uang dan gaya hidup dapat membantu untuk pertimbangan dalam berbagai hal sebelum niat konsumen mengeluarkan keputusan untuk membeli suatu produk. Penelitian tersebut memberikan pemahaman yang berharga tentang perilaku konsumen mengenai pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk dengan memeriksa faktor-faktor yang berkaitan dengan sikap uang dan gaya hidup mereka.

Menurut Lazer (1963) mendefinisikan gaya hidup sebagai konsep *asystemic*, menghubungkan model khusus ini untuk mengumpulkan orang dan mengembangkan mereka dalam masyarakat yang dinamis. Selain itu, gaya hidup juga menempatkan penekanan pada nilai-nilai dan tindakan dalam budaya sosial dan biasanya digunakan untuk menggambarkan cara konsumen hidup (Wells & Prensky, 1996). Gaya hidup telah menjadi sesuatu yang penting dalam menggambarkan strategi pemasaran. Setiap produk memiliki pasar yang dituju itu berbeda dan melalui diferensiasi segmentasi pasar, diperlukan untuk menentukan preferensi masing-masing kelas dan kecenderungannya. Oleh karena itu, dalam kaitannya dengan pasar gaya hidup berfungsi sebagai variabel segmentasi yang sangat baik.

Perubahan sejarah telah mendorong remaja untuk mengadopsi nilai konsumen materialisme sebagai bagian dari sosialisasi mereka ke dalam masyarakat dewasa seperti halnya kebanyakan remaja sekarang ini menghabiskan uang demi mengikuti perkembangan zaman yang ada. Kehidupan yang moderen dan semakin berkembang membuat pola hidup materialisme tersebut memiliki tingkat yang sangat dibutuhkan. pemuda saat ini sangat rentan terhadap pemikiran yang dimana seseorang dapat membeli dan memakai barang yang mahal akan menunjukkan kemampuan keuangan mereka dan memiliki kebanggaan tersendiri (Stanley dan Danko, 1996).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian dengan judul “**Pengaruh gaya hidup dan sikap uang terhadap keputusan memodifikasi motor dengan *Spare Part TDR* di Surabaya**”.

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Obyek penelitian ini adalah konsumen dan anggota komunitas motor berusia 17-25.
2. Variable yang digunakan adalah gaya hidup, sikap terhadap uang, dan keputusan memodifikasi motor.
3. Waktu penelitian adalah Oktober – November 2014.
4. Penelitian hanya dilakukan di kota Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *TDR*?
2. Apakah sikap terhadap uang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *TDR*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada konsumen *TDR*.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap ke pada uang terhadap keputusan pembelian pada konsumen *TDR*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi yang ingin melakukan penelitian sejenis atau melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan gaya hidup, sikap terhadap uang, dan keputusan pembelian, khususnya pada objek modifikasi sepeda motor.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi atau masukan pada *TDR* terutama mengenai pengaruh gaya hidup, sikap terhadap uang yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian, sehingga perusahaan dapat lebih mengembangkan sikap keputusan pembelian konsumen dalam rangka meningkatkan penjualan jangka panjang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini menguraikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian dan bagan alur berpikir.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variable, metode analisis data.

BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi gambaran umum *TDR Racing*, analisis data, yang meliputi statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : Kesimpulan

Bab ini berisi simpulan, implikasi dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini