

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi, dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian. Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga.

Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti gym, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga akan membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit. Dapat dibayangkan apabila terkena penyakit dan harus dirawat di rumah sakit, berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk hal itu. Olahraga sebagai kebutuhan, inilah yang dibaca oleh perusahaan-perusahaan produsen yang memproduksi sepatu olahraga. Persaingan yang kompetitif pun ditunjukkan dengan berbagai macam pilihan sepatu yang tersedia di pasar. Beberapa perusahaan besar seperti Adidas, Nike, Asics, dan Puma merupakan produsen yang mengalami persaingan ketat dalam industri ini.

Dalam usahanya untuk memenangkan sebuah persaingan, maka perusahaan harus mampu menetapkan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk yang dihasilkan. Selain itu dimensi dari kualitas produk juga merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan

keputusan. Karena dengan kondisi jaman sekarang ini, produk yang memiliki kualitas terbaik akan memiliki nilai lebih dibanding dengan produk pesaing lainnya. Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Agar produk berkualitas perlu adanya perencanaan agar produk yang dihasilkan perusahaan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, dan produk yang dihasilkan mencerminkan hasil yang baik pula, harga pun harus dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen.

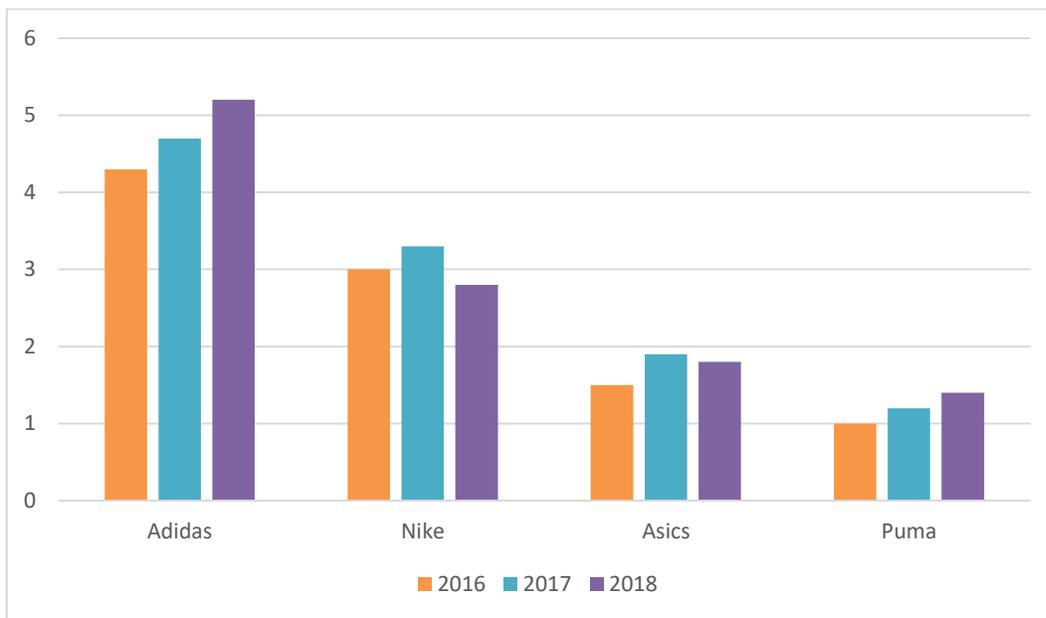
Beberapa merek yang memiliki kualitas yang relatif sama dapat memiliki kinerja yang berbeda-beda di pasar karena perbedaan persepsi yang tertancap dibenak konsumen. Oleh karena itu suatu merek yang dirancang perusahaan harus dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen serta dapat dikomunikasikan dengan baik, sehingga pada saat konsumen membutuhkan produk tertentu, maka konsumen akan memutuskan produk dengan merek tersebut yang menjadi pilihan utama untuk dibeli. Merek bukanlah sekedar nama, istilah, tanda, simbol atau kombinasinya. Lebih dari itu merek adalah sebuah janji perusahaan secara konsisten memberikan features, benefits, dan services kepada pelanggan.

Proses penentuan dimana seseorang akan berbelanja akan terlihat bahwa faktor lokasi akan ikut menentukan. Keputusan berbelanja biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor lokasi. Para pembeli cenderung akan memilih berbelanja pada outlet-outlet yang memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau pada produk merek adidas. Dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan membuat konsumen merasa bahwa mereka telah diperhatikan, apalagi jika dekat dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung lainnya seperti, tempat ibadah, ATM, rumah makan, dan lain-lain.

Hal ini yang menjadi tugas utama produsen adalah memenuhi keinginan konsumen guna menarik konsumen untuk membeli produk mereka untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen melakukan penilaian agar dapat mengetahui produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan mampu memenuhi

kebutuhannya. Konsumen lebih selektif dalam memilih produk karena banyaknya produk yang ditawarkan dan memiliki kelebihan yang berbeda dengan produk lainnya. Oleh karena itu, pilihan konsumen dalam menggunakan sepatu merek Adidas saat ini dibuktikan dengan adanya peningkatan kualitas produk dan kepuasan yang tepat pada produk sepatu merek Adidas.

Berikut Hasil Data Penjualan Sepatu Sneaker Terbanyak di Dunia:



Gambar 1.1. Data Penjualan Sepatu

Kini sepatu tidak hanya digunakan untuk berolahraga atau digunakan oleh para atlet. Sepatu menjadi salah satu sepatu yang disukai oleh anak muda diseluruh dunia. Adidas dan Nike merupakan salah satu merek sepatu yang memiliki penjualan dengan nilai miliaran dollar Amerika per tahunnya. Pada tahun 2018, Adidas mampu meraup keuntungan sebesar 22,3 miliar dollar Amerika seluruh toko Adidas di dunia. Nike duduk diposisi kedua dengan keuntungan pada tahun 2018 sebesar 14,6 miliar dollar Amerika, namun Nike mengalami penurunan di tahun 2018. Pada posisi ketiga diduduki oleh Asics sebesar 2,9 miliar dollar Amerika, posisi ke empat diduduki oleh Puma sebesar 2,5 miliar dollar Amerika.

Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti kualitas produk, harga dan lokasi sebagai variabel yang digunakan untuk penelitian ini terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini masyarakat Johar Baru menjadi objek yang akan dinilai dari beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil survey terhadap masyarakat Johar Baru yang menggunakan atau memakai produk sepatu merek Adidas sebesar 55%. Ada juga yang menggunakan sepatu merek Nike sebesar 35%, Puma sebesar 5% dan Asics sebesar 5%. Berdasarkan hasil data masyarakat Johar Baru yang memakai sepatu merek Adidas lebih banyak dari beberapa merek lainnya. Sehingga peneliti mampu mendapatkan hasil data yang relevan. Dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar nilai antara variabel-variabel yang mempengaruhi masyarakat Johar Baru dalam membuat keputusan pembelian sepatu merek Adidas.

1.2. Perumusan Masalah Pokok

Berdasarkan perumusan masalah pokok pada penelitian dan fakta-fakta yang sudah dilakukan pada penelitian ini, maka permasalahan pokok pada penelitian ini yang diungkapkan dalam bentuk pertanyaan, berikut ini:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah pokok diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian atau pembuatan suatu karya tulis ditunjukan agar dapat memberikan manfaat dan berguna bagi para pembaca, pemerhati atau lembaga yang terkait langsung. Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang berharga pada perkembangan ilmu, menerapkan teori dan mengimplementasikan kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan yang dapat membuat konsumen tertarik untuk memutuskan pembelian produk tersebut.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan Adidas yang beroperasi dalam penjualan produk tersebut. Penelitian ini juga bermanfaat bagi perusahaan untuk mendeteksi dalam aktivitas penjualan produk di masa yang akan datang.