

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan di pasar sepatu futsal di Indonesia dengan adanya merek luar maupun lokal yang turut meramaikan pasar sepatu futsal di Indonesia. Seperti Adidas, Nike, Kelme dan Mizuno terdapat perusahaan dalam negeri yang turut meramaikan persaingan antara lain Specs dan ortuseight. Yang cukup dikenal di pasar Indonesia. Specs merupakan perusahaan sepatu asal Indonesia. Specs merupakan salah satu produk dari PT Panarub Industry perusahaan ini didirikan pada tahun 1994 di Jakarta. Perusahaan ini menghasilkan berbagai macam perlengkapan olahraga lainnya. Kepuasan konsumen terhadap sepatu futsal merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Specs harus dapat menciptakan sepatu yang berbeda dengan yang lainnya, sehingga sepatu tersebut memiliki keunikan tersendiri.

**Table 1.1**  
**Market Share Sepatu Olahraga 2018 - 2020**

<b>Merek</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Nike</b>	<b>22.9%</b>	<b>12.0%</b>	<b>30.3%</b>
<b>Adidas</b>	<b>22.9%</b>	<b>22.1%</b>	<b>23.3%</b>
<b>Specs</b>	<b>7.6%</b>	<b>4.1%</b>	<b>6.3%</b>
<b>Ortuseight</b>	<b>4.7%</b>	<b>4.8%</b>	<b>4.3%</b>
<b>Puma</b>	<b>2.4%</b>	<b>6.3%</b>	<b>3.7%</b>

Sumber: [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Beberapa merek memiliki kualitas yang relatif sama dapat memiliki kinerja berbeda- beda dipasar karena perbedaan persepsi dibenak konsumen. Oleh karena itu merek dirancang perusahaan harus dapat memenuhi akan

dibutuhkan dan diinginkan konsumen serta harus dikomunikasikan dengan baik untuk dapat memenangkan persaingan.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler & Amstrong, 2014:180). Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan yang dilakukan konsumen secara langsung untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Keputusan pembelian berfungsi untuk membantu menentukan produk apa yang dibeli. Sebelum memilih akan dipengaruhi oleh beberapa indikator diantaranya adalah kebutuhan, kualitas produk yang akan membantu konsumen untuk memilih dan melakukan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen untuk memebentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai (Kotler, 2002:204).

Citra merek merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek (Kotler, 2009:208) Sepatu futsal Specs memiliki citra merek yang baik, karena telah berupaya membangun citranya selama bertahun-tahun di Indonesia dan menciptakan citra merek yang sangat baik dan melekat konsumen setianya. Menambahkan bahwa citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat dan citra adalah persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang (Kotler, 2005:225).

Citra merek merupakan salah satu alasan yang digunakan oleh konsumen dalam memilih barang yang akan dibeli. Karena itu sangat penting untuk membangun citra merek yang memiliki keunggulan dibandingkan pesaing citra merek yang baik menimbulkan perasaan positif ketika

membeli produk tersebut. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih menyakinkan untuk melakukan pembelian.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang berjudul pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans di Jogjakarta. Hasil penelitian tersebut yaitu adanya pengaruh yang signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek vans (Saleh 2018).

Selain masalah citra merek, desain produk juga harus diperhatikan agar benar-benar sesuai keinginan konsumen. Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan (Kotler, 2009:11). Desain produk berfungsi membedakan satu produk dan produk lain. Saat ini nilai sebuah produk tidak hanya manfaatnya saja yang diutamakan namun adanya nilai estetika dari desain produk yang diperlihatkan.

Pada bidang pemasaran desain produk menjadi sangat penting untuk menarik minat khalayak pada sebuah produk. Selain itu desain pada jenis layanan atau barang produksi akan sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis. Oleh karena itu perlu diketahui tentang apa itu desain pada produk, jenis serta manfaat bagi berkembangnya bisnis yang ada dipasaran. Desain dapat mencapai inti suatu produk, maka dari itu desain dapat dijadikan alat persaingan yang sangat baik oleh perusahaan dalam pemasarannya. Semakin bagus desain produk akan sangat mudah diterima konsumen dan desain tersebut akan menjadi ciri khas akan produk yang diproduksi.

Dalam penelitian yang berjudul pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas dengan hasil penelitian bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu futsal adidas (saidani, dkk 2013).

Selain itu konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk juga mempertimbangkan kualitas suatu produk tersebut. Kualitas produk merupakan senjata strategi yang potensial untuk mengalahkan pesaing Kotler & Amstrong (2005). Karena itu masalah kualitas produk menjadi perhatian serius dari segi produksi, karena masalah kualitas harus memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler & Keller, 2012:143). Karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Kualitas produk merupakan salah satu alasan dalam keputusan pembelian.

Untuk menjaga kualitas produk dan terus meningkatkannya sehingga konsumen akan merasa puas terhadap produk yang telah diberikan. Setiap konsumen membeli suatu produk, selalu melakukan sebuah pertimbangan tentang produk yang akan dibeli dengan banyaknya merek lain yang bermunculan tentu menyebabkan keputusan pembelian sangat penting sebagai wujud kepercayaan konsumen terhadap suatu merek. Sehingga masalah pokok yang dihadapi Specs sendiri adalah

bagaimana cara memenangkan persaingan dimasa yang akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Efendi Faisol, Arifin dkk (2018) yang berjudul pengaruh *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu nike. Hasil dari penelitiannya yaitu secara parsial masing-masing variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu nike.

Disaat pandemi seperti saat ini banyak orang yang melakukan kegiatan olahraga untuk menjaga kekebalan tubuh. Salah satunya adalah olahraga yang digemari dari kalangan muda hingga tua adalah olahraga futsal. Sehingga banyak orang yang mencari dan membeli sepatu futsal yang berkualitas dan mempunyai harga murah.

Persaingan yang terus berkembang membuat perusahaan harus berusaha menempatkan produk sepatu futsal menjadi terdepan. Hal ini sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen pada saat ini yaitu dengan Kepuasan konsumen terhadap suatu sepatu futsal merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Perusahaan menciptakan sepatu futsal yang berbeda dengan memberikan ke unikan atau desain yang menarik untuk bisa menimbulkan minat konsumen untuk memilih produk tersebut. Dengan adanya hal tersebut adanya beberapa hal yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen atau memutuskan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan uraian bahwa variabel citra merek, desain produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Penelitian ini akan dilakukan pada obyek pengguna sepatu merek Specs di kecamatan

Gubeng. Di wilayah kecamatan Gubeng terdapat 2 lapangan futsal yang nantinya dibuat sampel penelitian. Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs (Survey Terhadap Konsumen Sepatu Futsal Specs Di Kecamatan Gubeng)**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs di Kecamatan Gubeng ?
2. Apakah Desain Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs di Kecamatan Gubeng ?
3. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs di Kecamatan Gubeng ?
4. Apakah Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk Berpengaruh Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs di Kecamatan Gubeng ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan bagi mahasiswa dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Berdasarkan latar belakang di atas tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Berpengaruh Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Merek Specs

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan  
Sebagai bahan informasi tambahan untuk penyempurnaan dalam perbaikan atau peningkatan citra merek, desain produk dan kualitas produk, serta melakukan inovasi pada produknya agar lebih diminati masyarakat.
2. Bagi Universitas  
Hasil penelitian ini dapat digunakan menambah referensi perpustakaan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang.
3. Bagi Masyarakat  
Menambah wawasan dan pengetahuan tentang pilihan produk sebelum membeli produk yang ditawarkan.