

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia kini menghadapi era masa kini yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan informasi. Era saat ini sendiri mengandung pengertian bahwa setiap negara, bahkan setiap bisnis dan perusahaan menghadapi persaingan global, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan masuknya era pasar bebas saat ini akan terjadi persaingan yang sangat ketat pada dunia usaha, sehingga perusahaan-perusahaan mengkoordinasi setiap divisinya untuk berlomba-lomba melakukan inovasi pada produknya demi menyaingi produk dari perusahaan lain dan ingin menjadi yang terbaik di mata konsumen.

Pada saat era pasar bebas menyebabkan masuknya produk-produk asing ke Indonesia, sehingga menyebabkan masyarakat Indonesia mulai mengenal dan menyukai produk-produk asing dibandingkan dengan produk lokal. Oleh sebab itu, sangat penting bagi setiap perusahaan dalam menghasilkan suatu produk harus mengetahui bagaimana perilaku konsumen di Indonesia. Pada umumnya para konsumen membeli barang atau jasa dengan berbagai penilaian seperti harga, kualitas, desain, citra merk, dan lain-lain yang ditawarkan oleh perusahaan.

Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Berdasarkan penelitian Rizky Anandia (2015) bahwa citra merek dapat mempengaruhi terhadap minat pembelian yang berarti semakin baik citra merek yang dimiliki maka

semakin tinggi minat pembelian sehingga kesan merek yang diberikan oleh perusahaan mengenai gambaran suatu produk dengan membangun karakter harus berbeda dengan produk pesaing, agar produk tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli serta dapat memberikan citra yang positif dibenak konsumen. Minat beli ulang terjadi ketika seseorang telah membeli suatu produk dan mengkonsumsinya lebih dari 1 kali pemesanan. Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan tentunya dalam meningkatkan mutu dan kualitas produk tersebut sehingga citra merek tersebut ikut membaik seiring perkembangan zaman.

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap usaha dagang jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan penelitian Netianis Nazara (2018) bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen, dimana apabila produk tersebut merupakan sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen maka konsumen akan memberikan penilaian positif terhadap produk sehingga konsumen merasa puas dan dapat memenuhi keinginan (minat) dan kebutuhannya. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun cenderung menurun sebaliknya apabila pemasar yang memperhatikan kualitas produk maka penjualan produknya akan mengalami peningkatan karena pada umumnya konsumen dalam membelanjakan uangnya akan memperhitungkan kualitas yang dapat diperoleh dari uang yang akan dikeluarkan. Bukan hanya

kualitas dan citra merek yang dapat mempengaruhi minat pembelian konsumen, desain produk juga bisa mempengaruhi minat konsumen karena desain produk merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan penelitian Mardio Alexi (2017) bahwa desain produk keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan, desain produk yang baik dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan semakin ketatnya persaingan dibidang industri, perusahaan harus terus-menerus mengembangkan inovasinya terhadap produk terutama dalam hal desain, agar dapat menghasilkan produk yang baik dan sesuai keinginan konsumen terutama desain sepatu sport saat ini.

Sepatu sport sudah banyak digunakan konsumen Indonesia karena gaya hidupnya sudah mulai berubah ke gaya hidup yang sehat hal ini terlihat pusat-pusat arena olahraga tidak ada sepi-sepinya pengunjung, seperti halnya di lapangan Kebraon Sport Center (KSC) yang berada di Surabaya. Penggunaan sepatu sport tidak terbatas pada kebutuhan olahraga saja, namun juga sudah menjadi kebutuhan gaya hidup konsumen. Gaya hidup sehat tengah menjadi trend di kalangan masyarakat Indonesia saat ini, kesibukan, pola hidup yang tidak teratur, dan ditambah polusi lingkungan memang mengharuskan masyarakat berusaha untuk terus menjaga tubuhnya dengan menerapkan gaya hidup sehat dengan berolah raga. Olahraga adalah pereda stress yang sangat baik. Olahraga dapat mengalihkan pikiran dari kekhawatiran dengan cara

meredakan ketegangan otot tubuh. Olah raga penting untuk menjaga kesehatan tubuh.

Kebraon Sport Center (KSC) adalah suatu tempat khusus olahraga yang bergerak dibidang jasa yang digunakan untuk berlatih atau bertanding cabang olahraga futsal dan badminton yang didalamnya terdapat fasilitas yang memadai dan fungsi tambahan lain yang dapat mendukung cabang olahraga tersebut dan beralamatkan di Jl. Kebraon II No.31, Kebraon, Kec. Karang Pilang, Kota Surabaya. Di setiap arena olahraga terdapat peraturan dan ketentuan yang harus dipatuhi oleh setiap pengunjung, seperti halnya tidak merokok didalam lapangan, tidak buang sampah sembarangan, datang *ontime*, dan harus menggunakan sepatu sport contohnya Adidas, Trekkers, Puma, League.

Di pasar indonesia, Trekkers merupakan produk lokal buatan indonesia yang mampu menyaingi produk luar yang sudah mendunia seperti Adidas, Nike dan Puma. Hingga kini produk Trekkers terus berkembang sangat populer dan diminati di indonesia dengan pengalamannya membuat produk sepatu olahraga, teknologi untuk meningkatkan citra merk, kualitas produk, harga yang lebih murah dibandingkan produk buatan luar, varian model yang disesuaikan kebutuhan, desain yang sporty dan stylish dengan kombinasi warna yang melengkapi model sepatu agar penggunaanya merasa nyaman dan lebih percaya diri saat tampil di arena olahraga seperti halnya di Kebraon Sport Center (KSC).

Dari hasil observasi, bahwa permasalahan yang muncul di Kebraon Sport Center (KSC) lebih mengarah pada citra merek sepatu sport Trekkers yang kurang baik,

terdapat beberapa sepatu Trekkers yang kualitasnya kurang baik dan kurangnya model desain yang sporty sehingga menurunkan minat beli konsumen untuk tidak membeli dan memesan sepatu Trekkers. Hal inilah yang membuat konsumen lebih memilih memesan dan membeli sepatu sport merek lainnya.

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka penelitian tertarik mengadakan penelitian secara ilmiah dengan judul **“PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN SEPATU TREKKERS DI KEBRAON SPORT CENTER (KSC) SURABAYA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya?
4. Apakah *brand image*, kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *brand image* berpengaruh terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya.
3. Untuk mengetahui desain produk berpengaruh terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya.
4. Untuk mengetahui *brand image*, kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap minat pembelian sepatu TREKKERS di Kebraon Sport Center (KSC) Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi perusahaan sepatu TREKKERS supaya perusahaan tersebut dapat mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas, dan desain terhadap minat pembelian konsumennya. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan brand image, kualitas, dan desain dari produk mereka.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat informasi dan dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian dengan masalah yang sama.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dengan memahami lebih mengenai variabel dan indikator yang berpengaruh pada minat pembelian konsumen.

