

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepatu merupakan hal yang penting bagi laki-laki dan perempuan untuk melengkapi penampilannya. Memakai sepatu merupakan upaya yang dilakukan masyarakat untuk selalu tampil menarik mengikuti *trend* yang sedang diminati banyak orang. Untuk memenuhi hal tersebut maka banyak sekali bermunculan merek sepatu yang memberikan kualitas yang bagus, dengan berbagai model dan desain yang cukup bersaing. Saat ini Adidas menjadi salah satu produk sepatu yang banyak diminati oleh masyarakat.

Adidas salah satu perusahaan terkenal yang memproduksi sepatu olahraga. Semakin berkembangnya zaman masyarakat menggunakan sepatu Adidas bukan hanya untuk berolahraga, tetapi juga untuk menunjang penampilan mereka. Model sepatu Adidas sendiri sangat bervariasi, namun semua produknya ini didesain *casual*, sehingga konsumen memiliki daya tarik untuk membeli dan bisa tampil *trendy*.

Salah satu penilaian yang digunakan untuk mengetahui apakah merek tersebut memiliki kinerja merek yang baik dapat dilihat melalui *Top Brand Award*. *Top Brand Award* adalah sebuah penghargaan atau bentuk apresiasi terhadap merek yang tergolong sebagai merek teratas. *Top Brand* ini didasarkan dari riset terhadap konsumen di Indonesia melalui tiga parameter yaitu *top of mind*

share, top of market share, dan top of commitment share. Jadi hasilnya murni dari pilihan konsumen tidak ada campur tangan dari pihak lain.

Berikut merupakan data *Top Brand Indeks* Merek Sepatu pada tahun 2017-2019 :

Tabel 1.1

Top Brand Indeks (TBI) tahun 2017-2019

TOP BRAND INDEKS								
2017			2018			2019		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Adidas	38,2 persen	TOP	Adidas	37,6 persen	TOP	Adidas	37,0 persen	TOP
Nike	32,3 persen	TOP	Nike	25,6 persen	TOP	Nike	21,1 persen	TOP
Converse	3,6 persen		Reebok	6,2 persen		Ardiles	8,3 persen	
Eagle	3,3 persen		Ardiles	5,2 persen		Reebok	6,3 persen	
Reebok	3,3 persen		Diadora	4,6 persen		Diadora	2,9 persen	

Sumber : www.topbrand-award.com

Dengan penghargaan *Top Brand Indeks (TBI)* yang menempati tingkat pertama TBI adalah merek sepatu Adidas pada tahun 2017 dengan persentase 38,2 persen. Posisi kedua di tempati merek sepatu Nike dengan persentase 32,3 persen. Posisi ketiga di tempati merek sepatu Converse dengan persentase 3,6 persen. Posisi keempat di tempati merek sepatu *Eagle* dengan persentase 3,3 persen dan yang terakhir posisi kelima di tempati merek sepatu Reebok dengan persentase 3,3 persen.

Selanjutnya TBI pada tahun 2018 mengalami penurunan persentase tetapi kedudukan pertama masih sama seperti tahun 2017 yaitu merek sepatu Adidas dengan persentase 37,6 persen, yang kedua adalah merek sepatu Nike dengan

persentase 25,6 persen, posisi yang ketiga adalah merek sepatu Reebok dengan persentase 6,2 persen, yang keempat adalah merek sepatu Ardiles dengan persentase 5,2 persen dan yang menduduki peringkat terakhir adalah merek sepatu Diadora dengan presentase 4,6 persen.

TBI selanjutnya pada tahun 2019 mengalami penurunan persentase lagi, tetapi kedudukan pertama masih sama dengan tahun 2017 dan 2018 yaitu merek sepatu Adidas dengan persentase 37,0 persen, yang kedua adalah sepatu Nike dengan persentase 21,1 persen, posisi yang ketiga adalah merek sepatu Ardiles dengan persentase 8,3 persen, yang keempat adalah merek sepatu Reebok dengan persentase 6,3 persen dan yang menduduki peringkat terakhir adalah merek sepatu Diadora dengan persentase 2,9 persen.

Dapat dibandingkan TBI pada tahun 2017-2019 selalu mengalami penurunan persentase, tetapi merek sepatu adidas tetap menduduki peringkat pertama di *Top Brand Award* selama tiga tahun berturut-turut. Fenomena ini menunjukkan, bahwa sepatu merek Adidas menguasai pasar sepatu olahraga di Indonesia.

Seiring dengan popularitas sepatu merek Adidas yang semakin meningkat, Berikut merupakan data penjualan sepatu di toko *Original Sportcenter* cabang Medoho Semarang pada Mei-Desember 2018 :

Tabel 1.2

Data Penjualan Sepatu di Toko *Original Sportcenter* Cabang Medoho Semarang
(Mei-Desember 2018)

MEREK	PENJUALAN							
	Mei	Juni	Juli	Agustus	Sept	Okt	Nov	Des
Adidas	15	18	26	26	20	21	29	25
Nike	10	16	22	25	23	24	25	26
Diadora	26	31	33	33	27	28	34	33
Converse	13	14	28	28	21	22	30	26
Reebok	20	24	25	26	21	22	27	28
Ardiles	8	12	15	12	9	9	18	15
Skechers	12	15	20	22	20	21	22	20
Airwalk	6	8	14	14	13	14	15	13
New Balance	4	8	11	12	10	11	12	12
Total Penjualan	114	146	194	198	164	172	212	198

Sumber : Toko Sepatu *Original Sportcenter* cabang Medoho Semarang (2018)

Berdasarkan **Tabel 1.2** di atas diketahui bahwa penjualan pada Toko Sepatu *Original Sportcenter* Cabang Medoho Semarang mengalami peningkatan dan penurunan. Dapat dilihat, bahwa selama empat bulan berturut-turut mengalami peningkatan penjualan sepatu dari bulan Mei=114 pcs, Juni=146 pcs, Juli=194 pcs, dan Agustus=198 pcs. Kemudian pada bulan September 2018 mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis dari penjualan bulan sebelumnya 198 pcs menjadi 164 pcs. Selanjutnya pada bulan Oktober terjual 172 pcs dan bulan September terjual 212 pcs, artinya penjualan mengalami peningkatan lagi pada dua bulan tersebut. Kemudian pada bulan Desember 2018 penjualan mengalami penurunan menjadi 198 pcs. Hal tersebut tentu harus segera diteliti agar hasil penelitian dapat membantu dalam upaya meningkatkan hasil meningkatkan penjualan.

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk Adidas di karenakan kualitas dan desainnya yang sesuai dengan keinginan konsumen. Berikut merupakan daftar harga sepatu di Toko Sepatu *Original Sportcenter*, sebagai berikut :

Tabel 1.3

Daftar Harga Sepatu di Toko *Original Sportcenter* Cabang Medoho Semarang

JENIS SEPATU	HARGA
Adidas	Rp. 549.000
Nike	Rp. 399.000
Diadora	Rp. 299.000
Converse	Rp. 499.000
Reebok	Rp. 399.000
Ardiles	Rp. 199.000
Skechers	Rp. 499.000
Airwalk	Rp. 249.000
New Balance	Rp. 449.000

Sumber : Toko Sepatu *Original Sportcenter* Semarang

Berdasarkan **Tabel 1.3** di atas menunjukkan, bahwa merek sepatu Adidas dijual dengan harga paling mahal di banding merek lainnya. Harga sepatu merek Adidas Rp. 549.000, sepatu merek *Converse*, *Skechers* dan *New Balance* dengan harga Rp. 499.000, sepatu merek Reebok dengan harga Rp. 399.000, sepatu merek Diadora dengan harga Rp. 299.000, sepatu merek Airwalk dengan harga Rp. 249.000 dan sepatu merek Ardiles dengan harga Rp. 199.000. Harga-harga tersebut menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, citra merek dan persepsi harga. Variabel pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Philip Kotler, 2002: 49). Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar.

Variabel kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Citra Merek merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen, jadi yang menginterpretasi adalah konsumen dan yang diinterpretasikan adalah informasi. Informasi tentang citra dapat dilihat dari logo atau simbol yang digunakan perusahaan untuk mewakili produknya. Di mana simbol dan logo ini bukan hanya sebagai pembeda dari para pesaing sejenis namun juga dapat merefleksikan mutu dan visi misi perusahaan tersebut, (Simamora 2002: 72).

Variabel ketiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi harga. Persepsi Harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana konsumen memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli, (Schiffman dan Kanuk 2008: 160).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Ridwan Adji Baskoro (2017), Nuki Dian Marchiani, dkk (2015), dan Rezza Aulia Putra, dkk (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian. Menurut penelitian Hanna Meilani Damanik (2018), Supriyadi, dkk (2017) dan Nadwatul Haramaini (2019) kualitas produk berpengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Andre Sanjaya Siahaan dan Cit Irna Setiawati (2018), Abdul Samad dan Imam Wibowo (2016) dan Trya May Indriani, dkk (2019) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Raessa Adellina Dewi (2018), Mutiara Widia Pradana Putri, dkk (2016), dan Nadwatul Haramaini (2019) citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Aris Curigo(2017), San Surya Fajri (2018) dan Annisa Ratih Kumalasari (2016) persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Yugi Setyarko (2016) Persepsi Harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan dari fenomena hasil penjualan sepatu dan *research gap* maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi di Toko *Original Sportcenter* Cabang Medoho Semarang).

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (studi di toko *original sportcenter* cabang medoho semarang) ?

2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (studi di toko *original sportcenter* cabang medoho semarang) ?

3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (studi di toko *original sportcenter* cabang medoho semarang) ?

1.3 Batasan Masalah Penelitian

Dalam penelitian perlu diberikan pembatas agar masalah tidak terlalu meluas keberbagai bidang, maka penelitian ini hanya pada pengujian pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (studi di Toko *Original Sportcenter* Cabang Medoho Semarang).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan yang terkait penjualan sepatu Adidas dengan kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi di bidang pemasaran, sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama.

3. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan menambah pengetahuan dan wawasan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama mengenai keputusan pembelian.