

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Futsal merupakan olahraga yang paling populer di dunia, sehingga pada era globalisasi saat ini industri sepatu olahraga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini terjadi karena tumbuhnya peningkatan kesadaran masyarakat akan manfaat dari olahraga bagi kesehatan. Fakta ini merupakan peluang yang dimanfaatkan oleh produsen sepatu olahraga dengan mengeluarkan berbagai jenis dan merek dari dalam dan maupun luar negeri yang dipasarkan di Indonesia. Produsen sepatu olahraga merasa bahwa peluang ini jika dimanfaatkan dengan baik maka akan berdampak pada meningkatnya keuntungan jika mampu menciptakan sepatu olahraga yang sesuai dengan pasar.

Produk industri sepatu juga kompetitif dalam bentuk, warna, kecanggihan teknologi, dan merek. Merek-merek sepatu yang beredar di pasaran industri olahraga di Indonesia sekarang ini berasal dari berbagai negara diantaranya Amerika, Eropa dan Asia seperti Nike, Adidas, Puma, Diadora, Umbro, Lotto, Kappa, Kelme, dan Joma. Merek-merek tersebut banyak digemari masyarakat Indonesia. Tidak ketinggalan juga produk dalam negeri yang banyak digemari diantaranya League, Specs, dan Mitre. Setiap merek menawarkan pelayanan tersendiri untuk pelanggannya, sampai penetapan harga yang cukup bersaing sesuai jenis dan segmen pasarnya

Dunia bisnis saat ini diwarnai oleh banyaknya persaingan perusahaan diberbagai industri. Pada hakikatnya suatu industri ingin jadi pemimpin pasar pada persaingan yang dihadapi dalam dunia bisnis. Hal tersebut menuntut industri untuk berfikir lebih kritis dan reaktif terhadap persimpangan yang terjadi. Perkembangan industri sepatu olahraga khususnya sepatu futsal pada dewasa ini sangat pesat. Seiring dengan kemajuan teknologi dan trend olahraga, dunia bisnis sepatu dan perlengkapan olahraga futsal saat ini mengalami perubahan dan perkembangan yang begitu cepat.

Suatu industri dituntut untuk menggunakan strategi yang tepat dalam rangka mempertambahkan produk agar tetap diminati oleh pangsa pasar. Untuk melaksanakan strategi industri tersebut, perusahaan harus dapat menciptakan produk yang diminati dan sesuai dengan keinginan konsumen. Tanpa strategi yang jitu, suatu perusahaan tidak akan bertahan karena para pesaing akan datang untuk menawarkan produk yang lebih baik untuk menyaingi produk pesaing tersebut dan akan merebut pangsa pasar dari industri tersebut.

Produk dikatakan berhasil jika produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan mencapai target yang ditetapkan perusahaan, salah satu cara yang dapat diterapkan adalah dengan mempengaruhi konsumen agar melakukan keputusan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menjual produknya dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dan terarah, seperti meningkatkan kualitas produk dan *brand image*.

Sifat konsumen adalah berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dan mencari manfaat tertentu dari suatu produk, dan konsumen akan mempertimbangkan produk mana yang akan dipilih dan sesuai dengan kebutuhannya. Menurut Kotler dan Armstrong, produk adalah suatu sifat yang kompleks dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestasi perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan kegiatan. Dalam memilih produk, konsumen tentu saja dipengaruhi oleh kualitas produk dan *brand image*. Kualitas produk merupakan salah satu unsur penting yang mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut kualitas produk yang dimaksud disini yaitu daya tahan produk, akurasi dan mudah perawatannya.

Pada dasarnya perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen pada produk yang dihasilkan diantara tentang harga yang terjangkau, kualitas yang baik, pelayanan yang memuaskan serta, rasa yang dapat memenuhi selera konsumen. Berdasarkan berdasarkan penjabaran diatas bahwa

kualitas produk menjadi salah satu dasar pertimbangan yang penting bagi seseorang dalam keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Jika konsumen sudah melalui tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian, maka akan menyebabkan konsumen memiliki kebebasan memilih alternatif produk yang diinginkan. Konsumen pada posisi ini memiliki kebebasan untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk yang mereka inginkan.

Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian. Setiap hari konsumen mengambil berbagai keputusan mengenai aspek kehidupan sehari-hari. Tetapi, kadang mengambil keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana mengambil keputusan dan apa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan apa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan ini. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Specs merupakan sebuah perusahaan produsen sepatu asal Indonesia yang didirikan pada tahun 1994 di Jakarta. Perusahaan ini menghasilkan berbagai jenis perlengkapan olahraga lainnya antara lain sepatu futsal Specs. Specs merupakan brand sepatu olahraga yang tidak hanya menawarkan sepatu olahraga untuk pemain sepakbola atau *running*, tetapi juga untuk sepatu futsal. Produk Specs yang menawarkan jenis sepatu futsal tidak bisa dipandang sebelah mata hal ini dikarenakan setiap tahun Specs melakukan inovasi terbaru, sehingga masih menjadi pilihan utama bagi konsumen dibandingkan merek dari produk luar negeri. Meningkatnya antusias masyarakat terhadap produk dalam negeri makin mendorong pasar untuk mengembangkan produksi di negeri sendiri.

Produsen sepatu Indonesia pada masa sekarang ini sulit memasuki pasar yang sudah dikuasai oleh merek-merek luar negeri. Namun dari waktu ke waktu telah terbukti bahwa merek lokal lebih banyak bertahan dan tetap diterima oleh

masyarakat indonesia. Pemilik sepatu yang beredar di indonesia saat ini berusaha menemukan cara cara terbaik untuk bisa diterima oleh kosumen. Pengamatan u semangatnya produk luar negri dalam usaha untuk melakukan penetrasi pasar, sementara produk lokal masih melakukan cara-cara yang teradisional. Specs salah satu dari merek dari sekian produk yang beredar di indonesia yang terus meningkat secara signifikan dalam penetrasi kepasar sepatu indonesia. Pada tahun kisaran 2000 awal, sepatu Specs kurang dikenal, sehingga dianggap sepatu kelas bawah. Namun seperti semua perusahaan hebat, setiap tahun Specs terus melakukan inovasi terbaru, dan pada akhirnya menghasilkan sepatu futsal yang pertama kali mendongkrak nama Specs yang menjadi salah satu yang dominan dipasar indonesia adalah Specs Accelerator Bafana.

Sepatu futsal Specs diluncurkan dekat dengan event piala dunia 2010, dan terkenal sebagai sepatu futsal pertama buatan Indonesia yang memiliki tingkat kenyamanan yang baik dengan harga yang sangat terjangkau. Dari kualitas dan bahan yang digunakan, nama Specs semakin membesar, dan muncul didalam negeri sebagai pilihan sepatu futsal yang baik. Sampai tahun 2019 ini sepatu Specs selalu mengalami peningkatan dalam segi bahan dan kualitas yang digunakan. Namun kiprah Specs dipasar sepatu futsal indonesia tidak memudar, bahkan terus meningkat.

Kinerja dari sepatu Specs ini ringan ketika digunakan dan nyaman dikaki. Mulai tahun 2015, specs meluncurkan teknologi phylon untuk peredam benturan yang dilengkapi dengan *FlexiArc* sehingga memiliki fleksibilitas yang bagus, disamping itu, kehandalan sepatu futsal yaitu meminimalkan kemungkinan dalam mengalami cedera dan bantalan sepatu futsal yang empuk sehingga nyaman saat digunakan. Kualitas produk Specs memang buatan lokal, tetapi kualitas yang ditawarkan setara dengan kualitas internasional.

Penelitian ini melakukan prasarvei untuk melihat hal apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu futsal merek Specs. Data mengenai prasarvei dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1 PraSurvei**

	Setuju		Tidak	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Harga	11	37%	19	63%
Kualitas produk	22	73%	8	27%
Brand image	19	64%	11	36%
Endorser	3	10%	27	90%

**Sumber :Data diolah 2019**

Berdasarkan hasil prasarvei ditemukan bahwa kosumen yang menggunakan sepatu futsal Specs berdasarkan harga 37% , berdasarkan kualitas produk 73%, berdasarkan *Brand image* 64%, berdasarkan endorser 10%, sehingga diambil variabel yang di teliti adalah variable Kualitas Produk dan *Brand image*.

Produk yang berkualitas adalah produk yang memilik manfaat bagi konsumennya. Kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan pada konsumen sehingga dapat menimbulkan loyalitas untuk kembali membeli produk Specs. Kualitas produk sebagai faktor penting dalam menunjang bisnis. Maka dari latarbelakang yang telah dijelaskan, peneliti ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Specs di Bandar Lampung”** informasi dari pnelitian ini penting untuk menyusun strategi pengembangan sepatu merek Specs .

\

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung?
2. Bagaimanakah pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung?

## **1.3 Ruang lingkup penelitian**

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah

### **1.3.1 Subjek penelitian**

ruang lingkup penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk sepatu futsal Specs

### **1.3.2 Objek penelitian**

Ruang lingkup objek penelitian adalah kualitas produk, *brand image* dan keputusan pembelian

### **1.3.3 Tempat Penelitian**

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah wilayah kota Bandar Lampung

### **1.3.4 Waktu penelitian**

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah Mei 2019 sampai dengan Agustus 2019

### **1.3.5 Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah manajemen pemasaran, kualitas produk, *brand image* dan keputusan pembelian

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung.

2. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs di Bandar Lampung.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat bagi banyak pihak, antara lain:

#### 1. Manfaat bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dengan apa yang telah dilakukan perusahaan, sehingga dapat menyempurnakan dan meningkatkan keefektifan perusahaan dalam memasarkan produk dimasa yang akan datang

#### 2. Manfaat bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya

#### 3. Manfaat bagi peneliti

- a) Mendapatkan ilmu secara langsung melalui observasi lapangan khususnya dibidang bisnis dan pemasaran.
- b) Merupakan pengalaman yang berharga bagi penelitian dengan harapan akan berguna di dunia kerja

### **1.6 Sitematis Penulisan**

#### **1.6.1 Bab 1: Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, runag lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika tentang penulisan

**1.6.2 Bab II :Landasan teori**

Berisikan teori-teori yang berhubungan dengan kualitas produk,*brand image*, keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis

**1.6.3 Bab III : Metode penelitian**

Bab ini berisi dari jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definis operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hiptesis

**1.6.4 Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahsan mengenai kualitas produk ,*brand image* terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal Specs

**1.6.5 Bab V : simpulan dan saran**

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca umumnya