

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman modern ini perkembangan dalam dunia fashion sangatlah berkembang dengan pesat. Salah satunya dalam dunia fashion yang sangat berkembang adalah trend sepatu. Berbagai model sepatu dengan merek terkenal bermunculan seperti sepatu model gaya formal ataupun non formal. Melihat trend sepatu sedang berkembang, hal tersebut dilihat oleh perusahaan sebagai peluang bisnis yang potensial yang berdampak kepada munculnya perusahaan yang mengarah bisnis sepatu imitasi. Berbagai usaha dilakukan oleh suatu perusahaan agar produknya dapat dipilih sebagai pilihan akhir konsumen. Dengan membuat desain yang menarik sehingga konsumen akan melakukan keputusan pembelian sepatu tersebut. Keputusan konsumen dalam menggunakan produk tersebut untuk bertahan disebuah persaingan. Semakin banyak konsumen yang menggunakan produk maka perusahaan tersebut dapat bertahan dalam sebuah persaingan.

Keputusan pembelian adalah pilihan akhir yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya. Keputusan pembelian memiliki beberapa tahapan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pembelian menurut Kotler Keller dan Kevin Lane Keller (2009:184). Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi beberapa faktor diantaranya adalah harga dan gaya hidup.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut menurut Kotler Keller dan Kevin Lane

Keller (2009:91). Keputusan pembelian suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan harga produk tersebut, semakin rendah harga yang diberikan oleh *retailer* maka keputusan untuk pembelian akan meningkat (Suci Dwi Pangestu dan Sri Suryoko, 2016 ).

Gaya hidup menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009:154) adalah pola hidup seseorang yang didefinisikan oleh bagaimana orang akan menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat). Keputusan pembelian sepatu imitasi salah satunya dipengaruhi oleh perkembangan jaman menurut (Fernandez, 2013) bahwa konsumen yang mengikuti perkembangan mereka akan terus berusaha mengikuti trend dan hal ini mempengaruhi konsumen untuk membeli produk imitasi. Keinginan seseorang untuk mengaktualisasikan dirinya melalui penggunaan barang-barang dengan merek terkenal sepertinya sudah menjadi sebuah gaya hidup untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat psikologis, seperti rasa puas, gengsi, dan *fashionable*. Semakin mewah gaya hidup maka akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian (Suci Dwi Pangestu dan Sri Suryoko, 2016 ).

Nike merupakan salah satu produsen sepatu yang terkenal di dunia. Sejarah Nike tidak terlepas dari dua tokoh pendiri Nike, yaitu Bill Bowerman dan Phil Knight. Produk-produk dari Nike mudah dikenali yaitu dengan logo yang memiliki ciri khas dari Nike, atau dengan logo *Swoosh* dan dengan slogan *Just Do It*. Nike pun dikenal sebagai merek produsen peralatan olahraga yang baik. Keunggulan dari produk-produk yang di tawarkan Nike sudah tidak diragukan lagi.

Dalam persaingan industri sepatu Nike mampu bersaing dengan merek-merek lainnya pada pangsa pasar sepatu. Sepatu Nike memiliki beberapa jenis sepatu dan model yang berbeda-beda, berikut ini adalah jenis dan model sepatu Nike.

**Tabel 1.1 Jenis dan model sepatu Nike**

<b>Jenis Sepatu</b>			
<b>Sepatu lari</b>	<b>Sepatu basket</b>	<b>Sepatu sepakbola</b>	<b>Sepatu casual</b>
Nike free run 2 iD	Jordan Eclipse	Nike tiempoX genio II leather TF	Nike Air Zoom Pegasus 33 iD
Jordan westbrook 0.2	Jordan Formula 23	Nike Mercurial Victory	Nike roshe one flyknit iD
Nike flyknit air max iD	Nike zoom lebron soldier 10 iD	Jordan Trainer Prime	Nike Jr. Hypervenom plade 3
nike free RN motion flyknit	Nike lunar skylux	Nike tiempo Rio III	Nike Roshe one hyper breathe
Nike lunar glide 7			Nike roshe one print

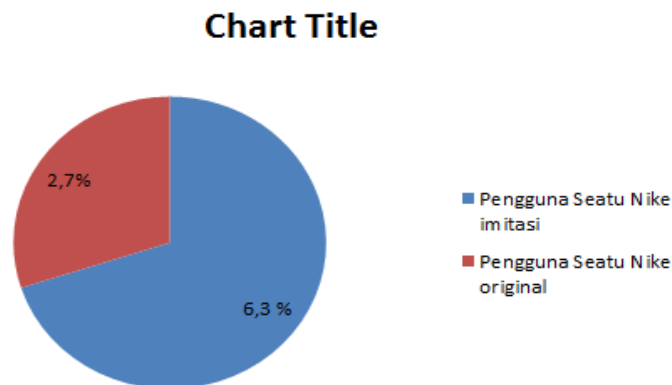
Sumber : [www.bobobobo.com](http://www.bobobobo.com)

Segmentasi pasar Nike awalnya hanya berfokus pada konsumen yang menyukai olahraga, seperti Basket, Sepakbola dan Lari, tetapi dengan adanya persaingan dengan kompetitornya, Nike mengembangkan produknya menjadi sepatu yang lebih casual dan memiliki beberapa model dengan varian warna yang lebih banyak . Nike tidak lagi hanya berfokus kepada konsumen yang menyukai olahraga tetapi berfokus kepada konsumen yang ingin tampil casual , *fashionable* dan *comfortable*.

Fenomena yang terjadi pada saat ini adalah banyak bermuculan sepatu dengan merek imitasi. Produk Imitasi atau *counterfeiting* adalah sebuah pemalsuan suatu produk yang menyalin atau meniru penampakan fisik suatu produk asli sehingga menyesatkan para konsumen bahwa ini adalah produk dari pihak lain. Produk yang melanggar merek dagang, pelanggaran hak cipta, peniruan kemasan, label dan merek merupakan bagian dari pemalsuan. Produk imitasi merupakan sepatu-sepatu yang menggunakan nama atau merek dengan produk yang sama secara fisik mirip dengan produk original tetapi bukan dikeluarkan oleh desainer aslinya.

Melihat dari tingginya perkembangan produk imitasi dan banyaknya sepatu dengan merek imitasi yang dijual dipasaran, tentu saja konsumennya akan semakin meningkat. Untuk melihat maraknya produk imitasi dipasaran, peneliti melakukan penelitian langsung kepada 30 responden yang menggunakan sepatu Nike imitasi ataupun original. Berikut ini adalah data hasil prasurvey yang dilakukan kepada 30 responden yang dilakukan secara tertutup kepada konsumen yang menggunakan sepatu Nike imitasi dan sepatu Nike Original di Bandar Lampung.

**Grafik 1.2 jumlah pengguna sepatu Nike imitasi dan Nike original**



Sumber : Hasil prasurvey peneliti 2018

Dari hasil prasurvey yang telah dilakukan peneliti kepada pengguna sepatu Nike imitasi dan sepatu Nike original di Bandar Lampung menjelaskan bahwa dari 30 responden terdapat 21 atau 6,3% yang menggunakan sepatu Nike imitasi dan terdapat 9 orang atau 6,3% pengguna sepatu Nike original.

Hasil prasurvey ke 30 orang pengguna sepatu Nike imitasi dan Nike original bahwa mereka lebih memilih menggunakan sepatu Nike imitasi di bandingkan menggunakan sepatu Nike Original. Karena sepatu Nike imitasi memiliki harga yang lebih murah dan desain sepatu yang sama dengan sepatu Nike original. Fenomena banyaknya produk imitasi yang beredar dipasaran merupakan hal yang menarik untuk diteliti saat ini. Setidaknya 40 persen produk yang ada dipasar Indonesia diisi dengan produk imitasi (Sumber : Merdeka.com).

Peredaran produk imitasi akibat pemalsuan merek sudah banyak dilakukan oleh masyarakat luas. Harga yang tinggi menyebabkan konsumen tidak bisa membeli sepatu dengan produk original. Tetapi belakangan ini banyak bermunculan sepatu dengan merek imitasi dan harga yang ditawarkan oleh produsen sepatu imitasi jauh lebih murah dari produk aslinya. Produk imitasi memiliki kondisi fisik yang sama dengan produk aslinya sehingga konsumen akan sulit membedakan jika hanya melihatnya saja. Sebagian besar konsumen pasti ingin mengikuti trend dan gaya sesuai dengan perkembangan zaman agar terlihat *fashionable*, trend bersifat dinamis atau berubah-ubah saat mengikuti trend, seperti trend *fashion* pada sepatu. Setiap orang selalu ingin menggunakan barang yang memiliki merek terkenal, namun kenyataanya barang yang bermerek memiliki harga jual yang tinggi atau mahal. Inilah yang menyebabkan orang lebih memilih untuk membeli produk imitasi.

Hasil penelitian dari Erlita Prasetyaningsih dan Diah Fistiani Sukardiman (2015) mengenai Pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk tas *branded* tiruan pada wanita karir di Jakarta, hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk tas *branded* tiruan pada wanita karir di Jakarta. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh (Suci Dwi Pangestu dan Sri Suryoko, 2016 ) tentang Pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) dan harga terhadap keputusan pembelian di Peacockoffie Semarang). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Peacockoffie Semarang.

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU IMITASI DI BANDAR LAMPUNG**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung?
3. Apakah Harga dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung.

### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Objek penelitian ini adalah harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung.

### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah kota Bandar Lampung.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu**

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan bulan November 2017 s.d Maret 2018.

#### **1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah harga dan gaya hidup.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Bedasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung
3. Untuk mengetahui pengaruh harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Nike imitasi di Bandar Lampung

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis
  - a. Diharapkan dapat menambah pengalaman penulis dalam penelitian dan penulisan karya ilmiah.
  - b. Salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Program studi Manajemen IIB Darmajaya
2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk perencanaan bagi manajemen perusahaan Sepatu Imitasi dalam meningkatkan kualitas produk dan menyesuaikan harga sehingga konsumen tidak akan ketinggalan mode untuk menunjang gaya hidupnya
3. Bagi Institusi Darmajaya
  - a. Menambah referensi perpustakaan IIB Darmajaya.

- b. Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi bagi mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan masalah yang sama.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini secara garis besar dibagi menjadi lima bab, yang terdiri dari :

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah yang diangkat oleh peneliti, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II : Landasan Teori**

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori yaitu teori, kerangka pikir, dan hipotesis yang meliputi harga dan gaya hidup dan keputusan pembelian.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Bab ini berisikan tentang jenis dari penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, operasional variabel yang dibutuhkan didalam penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

### **Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu imitasi di Bandar Lampung.

### **Bab V : Simpulan dan Saran**

Berisi simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**