

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Jaman yang semakin modern, menjadikan pasar dunia dipenuhi berbagai macam produk, banyaknya jenis produk pelengkap dan pengganti menunjukkan tidak hanya produk itu saja yang menjadi faktor untuk meyakinkan konsumen, namun juga pesan yang terdapat pada produk tersebut yang akan membuat konsumen memutuskan pembelian suatu produk. Disini sangat penting bagi perusahaan memperhatikan pembelian supaya dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler (2015), untuk memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Perusahaan saat ini diharuskan dapat membuat strategi produk agar disukai dan sesuai dengan permintaan konsumen. Tanpa teknik yang tepat, sebuah perusahaan tidak dapat bertahan karena produsen lain akan datang untuk memberikan penawaran produk yang lebih unggul agar mampu bersaing dengan produk lain dan mendapatkan pemasaran dari perusahaan tersebut. Produsen harus pintar dan terus bekerja keras memahami sepenuhnya proses keputusan pembelian konsumen, seluruh pengalaman penelitian, pemilihan, penggunaan dan bahkan sampai cara menyingkirkan produk pesaing (Kotler, 2015).

Keputusan pembelian konsumen penting untuk sebuah bisnis sehingga itu produsen akan melibatkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian barang atau jasa. Perusahaan dengan ide bagus dapat menarik konsumen agar terus mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal-hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian antara lain adalah kesesuaian dengan spesifikasi teknis dan standar kualitas produk yang ditemukan kelayakan harga dan kondisi pembayaran, ketetapan jadwal pengiriman produk yang dipesan, dan prospek perkembangan bisnis (Sutojo 2017).

Cara memahami permintaan konsumen terhadap sebuah produk menjadi perhatian industri antara lain industri sepatu. Berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti gym, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track dan masih banyak lainnya merupakan tanda meningkatnya kesadaran pada tiap individu akan hidup sehat. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga akan membuat tubuh lebih sehat. Persaingan yang ada didalam jaman modern akan semakin mengarahkan perusahaan untuk mempromosikan pamasaran, mengembangkan dan mendapatkan pemasaran (Yusuf, 2021).

Purwokerto merupakan kota di Kabupaten Banyumas yang mempunyai banyak sekolah dan Universitas yang terkenal. Banyaknya Universitas dan sekolah tersebut menjadikan alasan bagi masyarakat sekitar Purwokerto berdatangan untuk studi di kota Purwokerto atau sekedar jalan-jalan.

Banyaknya Universitas baik negeri atau swasta menarik minat masyarakat sekitar untuk melaksanakan studi di kota Purwokerto. Hal ini mengakibatkan kota Purwokerto mempunyai jumlah penduduk terbanyak di bandingkan dengan wilayah sekitarnya, dimana jumlah penduduk yang tercatat di BPS Kabupaten Banyumas tahun 2021 berjumlah 1776918 orang. Jumlah penduduk yang begitu banyak menjadikan berbagai produk ditawarkan melalui outlet-outlet yang ada di berbagai macam toko yang ada di wilayah Purwokerto. Salah satu produk yang banyak dijual di outlet-outlet adalah sepatu dengan berbagai merek dan type, salah satunya outlet sepatu merek Nike.

Nike adalah perusahaan yang menghasilkan sepatu olahraga terbesar di dunia, target perusahaan Nike penggunaan sepatu dalam aktivitas olahraga. Phil Knight mendirikan Nike bersama pelatih larinya bernama Bill Bowerman Phil, Phil Knight merupakan atlet pelari jarak menengah dan seorang mahasiswa akuntansi di Universitas Oregon. Kecintaan Phil dan Bill terhadap olahraga memotivasi mereka bahwa sepatu olahraga merupakan hal yang sangat utama pada olahraga lari. Menurut Dr.Mwidy H.Trianto,Sp.RM (2018), Kids Foot Rehabilitation Center dikutip dari harian kompas.com “sepatu yang nyaman dan aman sangat diperlukan dalam berolahraga dan sepatu olahraga yang dapat mewujudkan keinginan pengguna sepatu”.

Berdasarkan website yang bernama Bisnis Hack (2014), sepatu Nike Indonesia memiliki peminat yang cukup banyak. Nike diproduksi di negara Indonesia, Nike dapat menjaga kestabilan kualitas produk Nike. Sehingga produk Nike semakin terkenal di Indonesia. Beberapa model produk sepatu

yang dihasilkan oleh Nike bermacam-macam dapat meningkatkan ketenaran di Indonesia. Macam-macam produk sepatu Nike dihasilkan dari eksplorasi dari perusahaan Nike. Sehingga konsumen Nike puas dengan produk yang diproduksi melalui beberapa model dari sepatu Nike.

Di Indonesia beberapa merek lain selain merek Nike sebagai pesaing produk sepatu olahraga. Nike dapat bersaing dengan merek sepatu lainnya dipasar sepatu olahraga. Survei dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat suatu produk di masyarakat. *Top Brand Award* merupakan Salah satu survei penilaian terhadap merek terbaik pilihan Indonesia. *Top Brand Index* melakukan pengukuran dalam 3 tolak ukur, yaitu *top of mind awareness*, yaitu pengukuran peringkat suatu merek berdasarkan atas merek yang pertama kali disebutkan oleh konsumen. Kedua, *last used*, yaitu pengukuran berdasarkan atas merek yang terakhir dipakai oleh konsumen. Ketiga, *future intention*, yaitu pengukuran atas dasar merek yang ingin digunakan atau dikonsumsi pada masa yang akan datang.

Hasil server *Top Brand Index* dijelaskan pada tabel 1.1 dan 1.2 dimana merek Nike mampu bersaing dengan merek sepatu olahraga lain yang dipasarkan di Indonesia. Rangkaian merek sepatu di Indonesia dapat dilihat ditabel dibawah ini :

Tabel 1.1. *TOP BRAND INDEX FASE 2 2019*

BRAND	TBI	TOP
ADIDAS	38.6%	TOP
NIKE	18.1%	TOP
ARDILES	11.1%	TOP
REEBOK	5.3%	TOP
DIADORA	5.1%	

Sumber: <https://www.topbrand-award.com, 2019>

Tabel 1.2. *TOP BRAND INDEX FASE 2 2020*

BRAND	TBI	TOP
ADIDAS	37.0%	TOP
NIKE	21.1 %	TOP
ARDILES	8.3 %	
REEBOK	6.3 %	
DIADORA	2.9%	

Sumber: <https://www.topbrand-award.com, 2020>

Menurut ranking merek sepatu diatas, dimana merek Nike mengalami kenaikan tingkat pada tahun 2019 ke tahun 2020. Hal tersebut menggambarkan bahwa konsumen lebih percaya dengan merek tersebut. Kenaikan merek Nike menunjukkan kekuatan merek ini dalam pengambilan keputusan pengambilan pembelian sepatu. Keputusan pembelian konsumen terhadap produk tertentu disebabkan beberapa hal, antara lain citra merek, kualitas produk dan gaya hidup.

Faktor pertama yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah citra merk. Arti citra merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol, maupun rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang ditujukan untuk mengartikan apakah barang maupun jasa penjual atau kelompok penjual dan

untuk mengelompokan dari produk atau jasa lain yang dibentuk untuk memuaskan kebutuhan yang sama (Kotler dan Keller, 2021).

Citra merek bisa di nilai dari pandangan yang di punyai orang-orang terhadap sebuah merek. Kekuatan merek bisa di nilai dengan tingkat kemajuan sebuah produk dan seberapa sering terpikirkan oleh konsumen di luar. Melalui citra merek yang kuat, penjualan produk juga dapat meningkat. Merek yang dipertahankan dengan baik akan mendapatkan konsekuensi positif antara lain menambah pemahaman pengetahuan tentang aspek perilaku konsumen pengambilan keputusan. Menurut Kotler (2015:204) citra merek (*brand image*) adalah “*the set of held about a particular brand is know as the brand image*”. Diarti citra merek yaitu sekumpulan nilai tentang merek–merek.

Menurut Kotler dan Keller (2015:203), citra merek yaitu kesan yang dipunyai konsumen pada saat pertama kali mendengar semboyan yang diingat dan tertanam di benak konsumen. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa citra merek yaitu kesan seseorang terkait nilai – nilai yang terkandung dalam sebuah merek. Citra tidak dapat dibayangkan secara fisiknya, sebab citra hanya ada dalam pikiran. meskipun demikian, citra dengan merek mempunyai hubungan karena citra mempunyai efek pada kesan konsumen dari operasi dan komunikasi pada merek. Beberapa penelitian terdahulu hasil penelitian yang menyatakan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Napik, 2018; Husen dkk, 2018; Ecstasia, 2018; Rachmawati, 2020; Sari,

2018). Namun ada penelitian yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Prabowo, 2020).

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk yaitu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk yaitu usaha maupun kemampuan yang dikerjakan perusahaan dalam melakukan sesuatu untuk kepuasan konsumennya. Kualitas produk yaitu pengelasan produk yang memberikan nilai suatu produk untuk perusahaan supaya dapat bersaing dipasar (Tjiptono, 2019). Untuk memastikan dimensi kualitas produk, bisa melalui aspek penampilan atau prestasi, hal ini berhubungan dengan segi manfaat sebuah barang dan hal ini ialah karakteristik utama yang dijadikan salah satu peninjauan pelanggan dalam membuat keputusan pembelian barang tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu yang menyimpulkan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Pambudi, 2020; Endriawan, 2019; Ecstasia, 2018; Galih, 2019; Saryanti, 2020). Namun ada penelitian yang menyimpulkan kualitas dari suatu produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Septiyani, 2020).

Penyebab ke tiga adalah Gaya Hidup. Menurut Setiadi (2015), gaya hidup adalah cara seseorang dalam menjalankan aktivitas yang mereka anggap penting dalam lingkungannya dan apa saja yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya. Semua manusia

mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda. Salah satunya keadaan manusia menjadikan kebutuhan manusia berbeda-beda. Keadaan seseorang seperti Pria, wanita, orang tua, remaja dan anak-anak menjadikan kebutuhan berbeda-beda. Seorang wanita mempunyai kebutuhan akan penampilannya sangat penting. Wanita memiliki naluri ingin selalu tampil cantik dan mewah. Yang menyebabkan membuat wanita terlihat cantik dan mewah adalah merek produk yang mereka kenakan.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk membahas tentang gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian antara lain : Ningsih (2020); Ivan (2019); Wahyuni (2019); Virya (2018). Namun ada beberapa penelitian yang menyatakan gaya hidup berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian (Ayu, 2020).

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk barang atau jasa. Sehingga peneliti akan melakukan replika penelitian yang sudah dilakukan oleh Muhammad Fadhli Noor (2021), telah melakukan penelitian pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian smartphone IPHONE. Hasil penelitian menunjukkan citra merek, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peneliti berencana melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike di Kota Purwokerto”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan pada diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian berikut ini :

1. Apakah citra merek, kualitas produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu nike di kota Purwokerto?
2. Apakah citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Purwokerto?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Purwokerto?
4. Apakah gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Purwokerto ?

## **C. Pembatasan Masalah**

Menurut penjelasan rumusan masalah diatas maka dibuat batasan penelitian dibawah ini :

1. Variabel yang diteliti hanya citra merek, kualitas produk, gaya hidup dan keputusan pembelian.
2. Objek penelitian dilakukan masyarakat di wilayah kota Purwokerto dengan rentang usia 15-45 tahun.
3. Penelitian dilakukan dalam kurung waktu Januari sampai dengan Agustus 2022.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah yang ada maka tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Purwokerto.
2. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Purwokerto.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Purwokerto.
4. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Nike di kota Purwokerto

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini bisa memberikan sebuah literatur bagi ilmu pemasaran untuk dalam ilmu manajemen, terutama di bidang manajemen pemasaran dan sebagai literatur pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk, gaya hidup dan keputusan pembelian.

## 2. Manfaat praktis

- a. Bagi produsen sepatu nike, hasil penelitian semoga bisa memberikan masukan dan informasi mengenai pentingnya citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya untuk meningkatkan aspek dalam produk agar penjualan meningkat.
- b. Sebagai penerapan ilmu yang sudah di dapat dan memperluas wawasan tentang faktor faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan penelitian ini juga sebagai syarat kelulusan program sarjana manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP.

