

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Seiring dengan kemajuan teknologi, dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian, di industri olahraga salah satunya yaitu olahraga bola basket. Hal ini disebabkan karena dalam masyarakat yang hobi berolahraga bola basket dan pada saat ini olahraga bola basket pun sedang berkembang di kalangan banyak masyarakat. Bagi kalangan atlet basket profesional pun, bahkan basket adalah hidup mereka karena mereka dapat menghasilkan uang dari olahraga basket ini.

Bagi para pecinta bola basket, sepatu basket adalah obyek utama dalam berolahraga bola basket. Kenyamanan dalam menggunakan sepatu di olahraga basket sangatlah penting untuk menjaga kaki kita tetap stabil dan mengurangi kita

dari resiko cedera. Namun, tidak hanya kenyamanan saja, para peminat sepatu basket juga pasti akan melihat desain sepatu basket, agar mereka yang menggunakan sepatu basket tersebut menjadi lebih percaya diri atau lebih serasi dengan kostum yang digunakannya saat berolahraga basket.

Sepatu basket memiliki berbagai macam merek, jenis, dan harga. Salah satu yang mempengaruhi sepatu basket digemari banyak orang adalah mereknya. Karena merek merupakan salah satu gengsi terbesar dalam berpenampilan saat berolahraga basket. Teknologi dari setiap merek sepatu basket pun juga berbeda-beda satu sama lain. Setiap merek berlomba – lomba untuk memamerkan teknologi – teknologi canggih kepada produk sepatu basket mereka demi menarik minat dan memberikan kenyamanan kepada konsumen. Jenis sepatu basket pada dasarnya ada tiga, yaitu *low*, *middle*, dan *high*. Salah satu merek ternama yang memproduksi sepatu basket adalah Adidas. Adidas cukup digemari para pencinta olahraga basket karena produknya memiliki banyak jenis, desain, warna, harga yang bervariasi, serta kualitas yang tinggi.

Namun berbagai faktor yang telah diperhatikan Adidas selama ini, faktanya belum mendapatkan hasil yang memuaskan di Indonesia. Menurut hasil penelitian yang diambil dari *top brand index*. Berikut ini adalah hasilnya :

**Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) Kategori Sepatu Basket Tahun 2014-2016**

No.	Merek	2014 (%)	2015 (%)	2016 (%)
1.	Nike	12,0	30,0	44,0
2.	<b>Adidas</b>	<b>22,1</b>	<b>23,3</b>	<b>24,1</b>
3.	League	4,1	6,0	7,7
4.	Reebok	3,9	5,0	6,3

Sumber : *Top Brand Award 2016*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, menunjukkan bahwa pada tahun 2014 produk sepatu basket Adidas mencapai 22,1% dan berada pada posisi *top brand*. Namun dengan segala keunggulan yang dimiliki Adidas, pada tahun 2015 dan tahun 2016 produk sepatu basket Adidas mengalami penurunan menduduki posisi ke dua dari *top brand*. Hal ini kemudian menimbulkan pertanyaan menyangkut beberapa elemen yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, yaitu kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen yang melekat pada produk sepatu basket Adidas.

Variasi harga yang ditawarkan oleh sepatu basket Adidas dapat dikatakan seimbang dengan produk yang didapatkan konsumen. Data harga sepatu basket di bulan April 2017 dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.2 Data Harga Sepatu Basket April 2017**

<b>Merek</b>	<b>Harga (Rp)</b>
<b>Adidas</b>	<b>Rp 2.000.000 – Rp 6.000.000</b>
Nike	Rp 1.500.000 – Rp 6.000.000
Peek	Rp 700.000 – Rp 2.000.000
Li Ning	Rp 400.000 – Rp 1.500.000

Sumber : *survey April 2017*

Dilihat dari tabel 1.2 harga sepatu basket Adidas dapat dikatakan relatif mahal, disebabkan sepatu basket Adidas diproduksi menggunakan bahan yang sangat berkualitas dan sepatu basket Adidas memiliki berbagai macam teknologi yang terdapat pada setiap produk sepatunya, salah satu contohnya teknologi *Boost*, merupakan inovasi perdana terhadap bantalan sepatu basket yang ringan dan memberikan kenyamanan, sekaligus sangat responsif atas pergerakan dinamis para pemain. Adidas yakin, keunggulan dalam sepatu *Boost* membangun performa positif pemain di lapangan. Desain yang begitu elegan membuat sepatu basket Adidas terlihat mewah sehingga dapat dikatakan bahwa harga yang relatif mahal

dari produk sepatu basket Adidas ini berbanding lurus dengan apa yang didapatkan oleh konsumen yang membeli.

Namun, dengan segala keunggulan yang diciptakan oleh produk sepatu basket Adidas belakangan ini, faktanya belum mendapatkan hasil yang memuaskan di Indonesia salah satunya pada beberapa atlet basket yang sedang mengikuti kompetisi dalam *event National Basketball League*. Berikut beberapa keluhan konsumen pada kualitas produk sepatu basket Adidas, tercantum dalam tabel yang ada di bawah ini.

**Tabel 1.3 Daftar Keluhan Konsumen Produk Sepatu Basket Adidas**

No	Keluhan Konsumen
1	Bagian sol tidak empuk dibandingkan produk kompetitor lain
2	Kadang-kadang membuat penggunanya mengalami cedera <i>ankle</i>
3	Bagian alas sepatu licin
4	Bagian dalam sepatu sempit sehingga pada saat lama menggunakannya, kaki seringkali lecet

Sumber : wawancara atlet basket *National Basketball League*, 2017

Persaingan dalam dunia sepatu olahraga basket ini mulai diwarnai dengan munculnya merek – merek baru dalam beberapa tahun belakangan ini, salah satu contohnya yaitu merek Li Ning dan Peek. Merek – merek tersebut hampir memiliki kesamaan penawaran yang dilakukan oleh Adidas dengan berbagai teknologi, desain, kualitas, dan lain sebagainya. Namun, satu hal yang mereka coba lakukan untuk menyaingi produk Adidas adalah dari segi harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan Adidas. Hal ini yang membuat Adidas harus segera melakukan strategi – strategi atau inovasi - inovasi baru untuk membuat konsumennya untuk tetap loyal terhadap produk mereka.

Melihat dari semakin ketatnya persaingan di dalam industri sepatu basket ini, maka muncul ketertarikan untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai persaingan yang dilakukan produk sepatu basket Adidas. Sehingga penelitian ini

diberi judul “**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA SEPATU BASKET ADIDAS (STUDI KASUS PADA ATLET BASKET DI UNIVERSITAS ESA UNGGUL)**”.

## **1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut ada beberapa pembahasan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Harga sepatu basket Adidas yang relatif mahal menyebabkan konsumen beralih ke kompetitor lain yang harganya relatif lebih murah dengan kualitas yang sama dengan Adidas.
2. Masih adanya keluhan – keluhan konsumen pada kualitas produk yang menyebabkan konsumen tidak puas dengan sepatu basket Adidas.
3. Terjadinya penurunan *top brand index* terhadap penjualan dari sepatu basket Adidas, yang disebabkan adanya konsumen pindah ke merek lain.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Dalam skripsi ini, penulis membatasi permasalahan pada harga serta kualitas produk yang dimiliki oleh sepatu basket Adidas terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada pembeli dan pengguna sepatu basket Adidas dikalangan pemain basket Universitas Esa Unggul.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada produk sepatu basket Adidas?
4. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap loyalitas konsumen pada produk sepatu basket Adidas?
5. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk sepatu basket Adidas?
6. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas?
7. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada produk sepatu basket Adidas.

4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap loyalitas konsumen pada produk sepatu basket Adidas.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk sepatu basket Adidas.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas.
7. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada produk sepatu basket Adidas.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan dapat membantu dan berguna untuk berbagai pihak :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi produsen sepatu basket Adidas dalam melihat keinginan dan harapan dari para konsumen terhadap produk mereka berdasarkan tanggapan – tanggapan yang diperoleh dari konsumen mengenai produk mereka selama ini. Sehingga dapat menjadi pertimbangan bagi Adidas untuk melakukan strategi kedepannya dalam menghadapi para pesaingnya.

2. Bagi penulis

Hasil penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan/wawasan dan dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama di bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

### 3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang selanjutnya dapat dijadikan dasar masukan bagi penelitian selanjutnya.