

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dalam bidang fashion yang meningkat saat ini, mendorong masyarakat Indonesia untuk mengikuti mode yang semakin pesat. Tuntutan masyarakat yang semakin lama semakin meningkat mengakibatkan banyak sekali industri-industri yang bermunculan untuk memasuki pasar yang ada. Maka dari itu, perkembangan industri-industri dalam bidang yang sama semakin banyak.

Persaingan dalam industri sepatu saat ini semakin ketat. Para produsen sepatu berlomba-lomba menciptakan berbagai inovasi dalam memasarkan produk sepatu mereka. Saat ini para produsen sepatu harus bisa menemukan celah-celah di mana mereka bisa masuk dan mengerti keinginan konsumen agar bisa berhasil dalam persaingan industri yang sangat ketat. Para produsen sepatu saat ini harus mengerti keinginan dan kebutuhan dari konsumen sebagai syarat utama sebelum meluncurkan produk baru. Inovasi dan kreativitas sangat dibutuhkan agar bisa bersaing dengan produk pesaing dan menarik minat konsumen.

Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan khususnya dibidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku

konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen.

Sehubungan dengan keberadaan konsumen dan beraneka ragam perilakunya maka produsen harus benar-benar tanggap untuk melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginannya. Jadi pada dasarnya pengusaha mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan. Salah satu produk yang ditawarkan adalah sepatu casual Converse.

Converse merupakan salah satu merk dagang perusahaan sepatu asal Amerika yang pertama kali memulai produksinya pada tahun 1908. Awalnya pada tahun 1930 Converse menguasai pasar sepatu hingga sampai tahun 1990. Namun pada tahun 1990 Converse menjadi kurang populer, hal tersebut disebabkan semakin ketatnya persaingan dalam bidang yang sejenis. Nike merupakan salah satu pesaing berat Converse, meskipun pihak Converse mencoba mengeluarkan lebih banyak varietas dengan gaya yang berbeda, pihak Converse tetap mengalami kerugian. Hal tersebut mendorong pihak Converse untuk menjual sebagian besar sahamnya kepada Nike, dengan alasan ingin mempertahankan keberadaan Converse dimata konsumen. Ketika Converse dibeli oleh Nike pada tahun 2003 dan operasi produksi dipindahkan dari Amerika Serikat menuju

kawasan Asia. Pada saat itu pula terlihat jelas perubahan desain pada sebagian sepatu Converse.

**Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Sepatu Casual 2013-2016**

NO	MEREK	TBI			
		2013	2014	2015	2016
1	BATA	21,7 %	25,3 %	27,1 %	19,2 %
2	NIKE	13,8 %	17,9 %	18,1 %	12,4 %
3	ADIDAS	10,9 %	4,9 %	5,4 %	11,5 %
<b>4</b>	<b>CONVERSE</b>	<b>9,4 %</b>	<b>17,3 %</b>	<b>17,0 %</b>	<b>6,4 %</b>

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2016

Berdasarkan data tabel Top Brand Index 1.1 diatas di tunjukan bahwa produk sepatu casual mengalami masalah fluktuatif pada pangsa pasar yang dialami oleh sepatu casual Converse di Indonesia dari tahun 2013-2016. Di tahun 2014 jumlah kenaikan sebesar 7.9 % dari tahun sebelumnya, tetapi di tahun 2015 terjadi penurunan dengan jumlah penurunan sebesar 0.3 %. Dan di tahun 2016 jumlah penurunan sebesar 10.6 %

Converse tercatat sebagai salah satu ikon merk dagang paling legendaris di dunia dan merupakan salah satu brand yang memiliki spesialisasi dalam pembuatan sepatu yang terbuat dari kanvas. Keberadaan sepatu Converse di Indonesia dinilai cukup besar. Hal tersebut mendorong konsumen untuk melakukan pembelian sepatu casual Converse.

Salah satu faktor keputusan pembelian adalah motivasi konsumen. Motivasi dipercaya menjadi salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Tirojah (2013) Motivasi merupakan kekuatan penggerak dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak.

Setelah konsumen termotivasi dalam melakukan pembelian maka timbullah persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Persepsi konsumen terhadap suatu produk yang sama belum tentu menghasilkan penilaian yang sama pula karena tidak semua konsumen memiliki pengetahuan lengkap mengenai kondisi produk tersebut, yang nantinya berdampak pada keputusan pembelian. Kualitas dalam produk tersebut juga menjadi salah satu persepsi konsumen dalam pengambilan keputusan

Seiring berjalannya waktu banyak orang yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan kualitas sepatu Converse dengan menjual produk sejenis tetapi dengan kualitas yang berbeda dengan produk aslinya dan memanfaatkan dari segi harga yang lebih terjangkau. Semakin menjamurnya produk sepatu Converse palsu telah menjadikan ancaman serius bagi perusahaan yang berimbas pada penjualan. Hal tersebut memberikan pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen. Persepsi kualitas dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas produk secara keseluruhan.

Selain motivasi konsumen dan persepsi kualitas yang akan mempengaruhi keputusan pembelian, sikap konsumen juga salah satu

faktor keputusan pembelian. Sikap seseorang dalam menilai suatu objek yang akan diminati dan untuk dimiliki. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai.

**Tabel 1.2 Data Pra Survei Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen produk sepatu casual Converse**

No	Pernyataan	Jawaban	
		S	TS
<b>Motivasi Konsumen</b>			
1	Saya membeli sepatu Converse karena berkualitas	21	9
2	Saya membeli sepatu Converse karena mengikuti trend	6	24
<b>Persepsi Kualitas</b>			
3	Saya membeli sepatu casual Converse karena tahan lama	14	16
4	Saya membeli sepatu casual Converse karena aman digunakan	10	20
5	Saya membeli sepatu casual Converse karena tertarik pada modelnya	22	8
6	Saya membeli sepatu casual Converse karena memiliki persepsi yang baik	12	18
<b>Sikap Konsumen</b>			
7	Saya membeli karena percaya terhadap produk sepatu casual Converse	17	13
8	Saya membeli karena menyukai sepatu casual Converse	12	18
9	Adanya keinginan yang kuat untuk membeli sepatu casual Converse	8	22

Sumber : Data diolah peneliti, 2016

Dalam penelitian ini dilakukan pra survey sebanyak 30 responden di kampus Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada

tanggal 17 Oktober 2016. Dari Data Pra Survei di atas menunjukkan bahwa pernyataan nomor 1 dan 2 mewakili variabel motivasi konsumen, dimana hasil yang diperoleh dalam menentukan pilihan untuk membeli sepatu converse adalah karena berkualitas. Sedangkan perkembangan trend tidak mempengaruhi motivasi konsumen dalam membeli sepatu converse.

Pernyataan yang mewakili persepsi kualitas adalah pernyataan nomor 3, 4, 5 dan 6 dimana jawaban dari responden menyatakan kurang baik Persepsi Kualitas bahwa sepatu Converse tahan lama dan aman digunakan serta memiliki persepsi yang baik dalam menentukan pilihan membeli. Akan tetapi model yang menarik mendapatkan apresiasi yang baik dari responden.

Pernyataan selanjutnya mewakili variabel sikap konsumen. Adapun hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa keraguan sikap konsumen membuat tidak adanya keinginan yang kuat untuk membeli dan menyukai sepatu Converse. Akan tetapi responden percaya terhadap sepatu tersebut.

Dari uraian di atas, penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Casual Converse (Studi Kasus Pada Pembelian dan Pengguna Sepatu Converse Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul)”**.

## **1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada, antara lain :

1. Memiliki motivasi rendah dalam menggunakan sepatu casual Converse sehingga menyebabkan rendahnya tingkat pembelian konsumen.
2. Memiliki persepsi kualitas negatif terhadap sepatu casual Converse. Hal ini mengakibatkan produk tidak akan disukai.
3. Memiliki sikap negatif terhadap sepatu casual Converse sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

### **1.2.2 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. Penulis membatasi masalah hanya pada produk sepatu casual Converse original untuk di lakukan penelitian.
2. Penulis membatasi penelitian pada segala sesuatu yang berhubungan dengan motivasi konsumen, persepsi kualitas dan sikap konsumen yang memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Penulis membatasi penelitian hanya pada konsumen Sepatu Converse original di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan penulis maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu :

1. Apakah Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse?
2. Apakah Motivasi Konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse?
3. Apakah Persepsi Kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse?
4. Apakah Sikap Konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse?
5. Faktor yang manakah yang paling dominan antara Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu casual Converse?



#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Motivasi Konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Persepsi Kualitas terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse.
4. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Sikap Konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu casual Converse.
5. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan antara pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu casual Converse.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai arti penting dan pengaruh dari variabel Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen sebagai variabel pembentuk keputusan pembelian.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dibidang pemasaran sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain.

## 3. Bagi Pembaca

Sebagai kontribusi dan tambahan informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.