

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini olahraga mulai menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Hal ini disebabkan karena adanya tren gaya hidup sehat yang saat ini sudah mulai berkembang dalam masyarakat. Tanpa disadari, setiap orang membutuhkan olahraga sebagai kebutuhan hidup sehari-hari. Namun, bagi sebagian orang, olahraga bukan hanya sekedar kebutuhan biasa dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya sebagai kebutuhan, namun olahraga juga sudah dianggap sebagai gaya hidup. Olahraga sebagai gaya hidup, mencerminkan pribadi yang aktif dan sehat. Tak terkecuali bagi olahraga yang satu ini, futsal.

Futsal berasal dari bahasa portugis yang berarti “sepakbola dalam ruangan”. Olahraga futsal mulai diperkenalkan di Indonesia pada awal tahun 2000-an, dan langsung mendapat respon positif dari masyarakat. Cara main yang relatif unik dan lebih simpel karena hanya membutuhkan sedikit pemain, membuat olahraga ini berkembang dengan cepat. Futsal semakin banyak diminati masyarakat khususnya anak muda, baik itu pelajar maupun mahasiswa. Olahraga futsal saat ini memang identik dengan anak muda, karena tak hanya dilihat sebagai kebutuhan biasa namun juga menjadi gaya hidup anak muda masa kini. Maka tidak heran jika banyak anak muda yang sangat antusias dengan olahraga futsal.

Salah satu aksesoris pendukung olahraga ini tentu saja sepatu futsal. Sepatu futsal berfungsi untuk menunjang pemain dalam mengolah si kulit bundar. Namun sekarang terkadang sepatu futsal bukan hanya dipandang sebagai aksesoris pendukung saja, namun juga sebagai cerminan pribadi dari si pemilik sepatu. Tak jarang dalam olahraga futsal, sepatu dianggap sebagai ukuran prestisius seseorang. Semakin mewah sepatu yang digunakan, menunjukkan semakin tinggi prestisius orang tersebut.

Salah satu perusahaan produsen sepatu terkenal asal Jerman adalah Adidas – salomon AG atau lebih dikenal sebagai Adidas, juga memproduksi sepatu futsal dengan merek “ADIDAS”. Adidas adalah merek terkemuka di dunia, banyak atlit dunia yang juga menggunakan sepatu keluaran Adidas. Adidas pun banyak menjadikan atlit top dunia sebagai ikon produk mereka. Di Indonesia pun, Adidas tak kalah terkenal jika dibandingkan dengan kompetitor utamanya Nike, dan kompetitor yang lain seperti Puma, Diadora, Mitre, Kappa dan merek-merek lainnya. Pada tahun 2012 lalu, Adidas mendapatkan anugerah Top Brand Awards 2012 untuk kategori Sepatu Olahraga Terbaik. Demi kepuasan konsumen, Adidas berusaha untuk mengembangkan produknya dan membuat inovasi-inovasi baru lewat sepatu-sepatu keluaran terbarunya.

Pada tingkat persaingan produk yang sangat kompetitif ini, konsumen akan sangat selektif pada saat pembelian terhadap suatu produk dengan

melihat pada harga, jenis, maupun merek dari produk itu sendiri. Perusahaan sebagai pemasar berusaha agar produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen, untuk itu perusahaan perlu memahami sikap dan perilaku konsumen dalam pembeliannya. Para konsumen memiliki sikap dan perilaku yang berbeda, dalam hal ini adalah pertimbangan keputusan pembelian sepatu futsal.

Sebagaimana kita ketahui bahwa pertumbuhan industri sepatu futsal sangat berkembang dengan pesat, berbanding lurus dengan peminatnya. Hal ini terbukti dengan banyak munculnya merek-merek sepatu futsal dari dalam negeri yang juga memiliki kualitas yang tak kalah dari merek-merek luar negeri. Hal ini membuat persaingan produk menjadi sangat kompetitif, dan konsumen pun memiliki banyak pilihan dalam memilih produk yang diinginkan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui bagaimana pentingnya sikap dan perilaku konsumen dalam membeli produk sepatu Adidas.

Oleh sebab itu penulis tertarik untuk memilih judul penelitian ini, yaitu **“Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Sepatu Adidas”**.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.

1. Identifikasi Masalah

Atas dasar latar belakang diatas penulis menemukan beberapa hal, antara lain:

- a. Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam industri sepatu yang sama.
- b. Merek pesaing produk sepatu menawarkan desain yang variatif.
- c. Masyarakat peminat olahraga futsal yang semakin banyak.
- d. Kebutuhan konsumen akan sepatu futsal yang berkualitas.
- e. Sikap dan perilaku konsumen yang berbeda dalam mengambil keputusan pembelian.

2. Pembatasan Masalah

- a. Penulis membatasi masalah hanya pada produk sepatu futsal Adidas.
- b. Dalam penelitian ini, penulis hanya membahas sikap dan perilaku konsumen dalam membeli produk sepatu Adidas, dilihat dari 4P.
- c. Penelitian ini hanya dibatasi hanya untuk konsumen berumur minimal 17 tahun yang membeli dan menggunakan sepatu futsal Adidas, di wilayah Kecamatan Kembangan, Kotamadya Jakarta Barat.

C. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap konsumen dalam membeli produk sepatu Adidas?
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam membeli produk sepatu Adidas?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui sikap konsumen dalam membeli produk sepatu Adidas.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membeli produk sepatu Adidas.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atau kegunaan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi peneliti, agar dapat mempraktekan teori-teori yang dipelajari selama masa perkuliahan.
2. Bagi perusahaan, sebagai masukan untuk mengevaluasi, mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk.
3. Bagi teman-teman mahasiswa, sebagai referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan skripsi dalam enam bab beserta sub-subnya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat atau kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang menjadi dasar teori penelitian, dimana teori-teori ini dianggap relevan dengan permasalahan yang dibahas dan dapat diajukan acuan dalam menganalisa permasalahan tersebut, serta sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara terhadap rumusan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisa data, serta definisi operasional variabel.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK YANG DITELITI

Dalam bab ini akan menguraikan tentang deskripsi karakteristik responden.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis mencoba untuk dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca.