

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era ini sepatu bukan hanya sebagai alat sandang, melainkan juga menjadi salah satu unsur kebutuhan di bidang fashion dalam masyarakat. Hal ini membuat para produsen sepatu melihat kebutuhan dan keinginan dari konsumen sebagai peluang dalam menciptakan sebuah produk. Peluang ini juga dijadikan referensi utama sebelum meluncurkan suatu produk baru. Inovasi dan kreativitas dalam desain dan warna dijadikan faktor agar bisa bersaing dengan produk pesaing dan menarik konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

Converse merupakan nama perusahaan yang sudah lama terkenal, terutama produk sepatunya. Bahan dan model yang berbeda membuat *Converse* dikenal sebagai produk merek sepatu *everlasting*. *Converse* disebut-sebut sebagai raja *sneakers* pada 1923, hingga lebih dari 50 tahun dan menjadi sepatu paling terkenal dalam sejarah dengan penjualan sebanyak 744 juta di 144 negara. Pada mulanya, *Converse* memang dibuat khusus untuk pemain basket. Melalui pembaharuan *style* dan promosi yang gencar ke sekolah dan kampus-kampus, *Converse* kini tidak hanya menjadi *must have shoes* untuk pemain basket maupun atlet. Brand ini berevolusi meluncurkan berbagai model sepatu seperti *boot*, *sneakers*, sandal, atau bahkan muncul juga produk *non-footwear* seperti jaket, *hoodie*, dan tas. Kelebihan sepatu *Converse* yang cocok digunakan dalam berbagai situasi membuat *Converse* mampu mempertahankan pasarnya sekarang. Bahannya yang disesuaikan dengan postur kaki membuat kenyamanan sendiri bagi para pemakainya. Model dan motifnya pun tidak kalah unik dan variatif mengikuti perkembangan mode sehingga membuat sepatu ini memiliki keunggulan sendiri dan semakin dicintai penggemarnya. Selain itu *Converse* dapat diminati berbagai kalangan baik laki-laki, perempuan, maupun anak-anak.

Adapun merek sepatu olahraga lainnya selain Converse yang beredar dipasaran seperti *Nike*, *Adidas*, dan *Reebok*. Beragamnya merek yang bermunculan dapat menjadikan pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihannya untuk olahraga maupun dipakai untuk keseharian. Perusahaan sendiri berupaya menciptakan citra merek yang kental untuk konsumen, dengan terciptanya citra merek yang positif bagi konsumen, menjadikan konsumen memiliki kesadaran akan persepsi yang muncul dibenak mereka. *Converse* sendiri saat ini tidak hanya digunakan saat berolahraga. Para mahasiswa belakangan ini gemar menggunakan sepatu *Converse* guna menunjang penampilan mereka. Model yang simpel, pilihan warna yang beragam, bahan yang luwes, harga yang sebanding dengan kualitas menjadikan sepatu *Converse happening* dan menjadi pilihan para mahasiswa. Hal yang mendukung lainnya yaitu kenyamanan saat digunakan dan konsumen merasa bangga ketika menggunakan sepatu *Converse*.

Menciptakan merek memang merupakan salah satu cara perusahaan agar produknya dikenal dan digunakan oleh konsumen. Merek adalah produk yang mampu memberikan dimensi tambahan yang secara unik membedakannya dari produk-produk lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan serupa. Merek yang diciptakan perusahaan harus memiliki unsur-unsur yang mudah diingat dan menciptakan keyakinan positif konsumen serta merasa puas setelah membeli. Selain itu, citra merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku kepuasan. Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam melakukan keputusan pembelian. Kesadaran merek yang dialami mampu mempermudah konsumen dan juga produsen, hal ini dimaksudkan untuk mengingat tiap detail yang ada pada merek tersebut, yang bisa berdampak adanya pembelian dimasa mendatang.

Selain dari Citra Merek, Harga juga menjadi faktor lain dalam menentukan kepuasan konsumen. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam hal kepuasan konsumen karena harga merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran. Harga juga menentukan keberhasilan sebuah perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diterima perusahaan. Harga seringkali digunakan konsumen untuk menentukan pilihan mereka. Harga suatu produk yang lebih murah bisa menjadi salah satu kepuasan konsumen.

Menghadapi persaingan produk sepatu, para pemasar sepatu harus berusaha untuk menarik intensi membeli terhadap harga produknya dengan memberikan informasi secara jelas akan suatu produk yang dipasarkannya sesuai dengan kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut. Sepatu *Converse* sangat diminati karena menawarkan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. Harga sepatu *Converse* bervariasi tergantung dari model dan desain warna. Harga sepatu *Converse* dapat dikatakan sebanding dengan kualitas yang dimiliki maupun *brand image* yang telah dibangun hingga saat ini. Desain sepatu yang begitu *casual* membuat sepatu *Converse* terlihat sederhana namun tetap terlihat menawan sehingga dapat dikatakan bahwa produk sepatu *Converse* sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen yang membeli.

Inovasi Produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana dimana sebuah desain produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional / kegunaannya. Pentingnya inovasi produk berdampak pada kepuasan konsumen, Perusahaan harus mampu menawarkan produk yang memiliki keunggulan spesifik dan mutu yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan harus selalu melakukan penyempurnaan atas produk yang dihasilkan. Untuk menunjang konsep itu, perusahaan harus mampu menyusun tim desain terpadu yang imajinatif agar menemukan perubahan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Sehingga dari beberapa penjelasan tersebut maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Citra Merek , Harga dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Converse Di Wilayah Jakarta Barat”

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Topbrandaward, selama tiga tahun terakhir *Converse All Stars* tidak berhasil menduduki peringkat pertama *Top Brand*, dan pada tahun 2018-2019 Sepatu Converse tidak masuk kedalam data *Top brand award* Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Sepatu Casual *Top Brand Award***

Merek	Pangsa (%)				
	2015	2016	2017	2018	2019
Bata	27,1 (TOP)	19,2 (TOP)	19,3 (TOP)	16,9 (TOP)	13,5(TOP)
Nike	18,1 (TOP)	12,4(TOP)	12,2 (TOP)	9,3	7,7
Adidas	5,4	3,3	11,2 (TOP)	-	-
Converse	17	6,4	6,3	-	-
Puma	-	-	-	-	-
Kasogi	5,3	-	-	-	-
Dallas	3,9	-	-	-	-
Fladeo	-	6,1	6,5	11,7 (TOP)	7,0
Nevada	-	-	-	5,6	-
Yongki Komaladi	-	4,9	4,7	8,2	-

sumber: *topbrandaward*

Dari tahun 2015-2017 dapat dilihat pada Tabel 1.1 bahwa sepatu jenis casual merek Converse tidak pernah menduduki posisi sebagai *top brand*, hal tersebut karena banyaknya pesaing, sehingga sepatu Converse dituntut menjadi sepatu yang banyak diminati oleh para konsumen. Oleh sebab itu, tuntutan untuk selalu menjadi yang terbaik harus menjadi komitmen organisasi agar para pengguna sepatu tetap setia menggunakan produk sepatu Converse tersebut.

Kesetiaan pelanggan tidak dapat begitu saja diraih, tetapi memerlukan proses panjang untuk meyakinkan bahwa sepatu Converse merupakan sepatu terbaik. Dalam hal Inovasi Produk sepatu Converse dinilai masih kurang memiliki variasi dari produk-produk sebelumnya, ditambah lagi bentuk sepatu Converse yang tidak begitu jauh dari produk-produk terdahulu. Hasil survei yang dilakukan oleh *Top Brand Award* menunjukkan bahwa sepatu Converse memiliki kualitas

yang rendah dibandingkan para pesaingnya sehingga berkurangnya minat konsumen untuk membeli produk sepatu Converse. Hal ini dapat dilihat bahwa selama dua tahun terakhir sepatu casual merek Converse tidak masuk sebagai *Top Brand Award*.

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Harga**

No	Merek	Harga
1	Converse	Rp 499.000-Rp 1.899.000
2	Nike	Rp 790.000-Rp 2.180.000
3	Adidas	Rp 580.000-Rp 2.500.000
4	Asics	Rp 800.000-Rp 2.000.000
5	Reebook	Rp 550.000-Rp 2.500.000

*Sumber: Data Prapenelitian 2020*

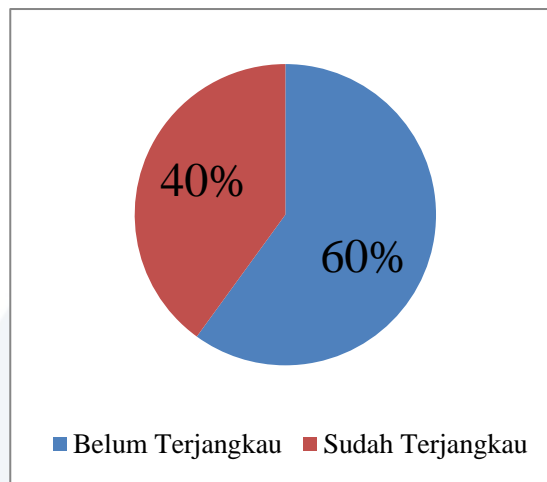
Pada Tabel Perbandingan Harga terlihat bahwa harga sepatu converse cukup bersaing dimana harga berada pada kisaran Rp. 499.000- Rp. 1.899.000, sedangkan sepatu merek lain berada pada kisaran harga Rp 280.000- Rp 2.500.000.



*Sumber : Data diolah peneliti, 2020*

**Gambar 1.1**  
**Grafik Hasil Pra Survey Citra Merek Sepatu Converse**

Berdasarkan Gambar 1.1 mengenai hasil dari pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 responden, yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dengan pertanyaan yaitu “Apakah Reputasi sepatu converse sudah baik?” hasil pra survey menunjukkan 70% responden menjawab belum baik citra merek sepatu Converse, karena menurut responden dari sepatu converse masih belum mampu menyaingi produk sepatu dari brand lainnya, dan dikalangan masyarakat merek converse belum baik. Sedangkan 30% responden menjawab Reputasi sepatu converse sudah baik, dengan alasan merek sepatu converse dikenal dikalangan pelajar dan mahasiswa.

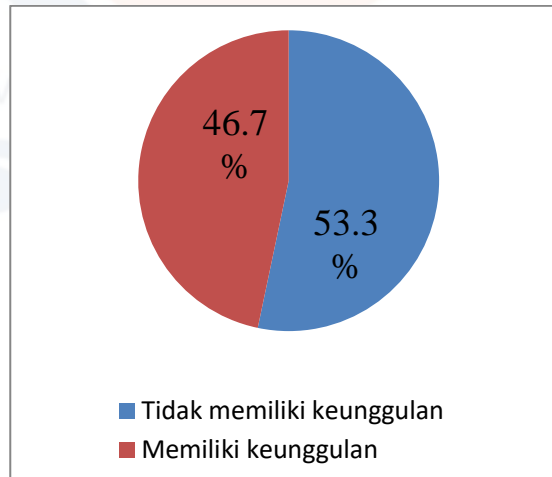


Sumber : Data diolah peneliti, 2020

**Gambar 1.2**

**Grafik Hasil Pra Survey Pertimbangan Harga Sepatu Converse**

Berdasarkan Gambar 1.2 mengenai hasil dari pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 responden, yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen dengan pertanyaan yaitu “Apakah Harga produk sepatu Converse sudah terjangkau?” dari hasil pra survei menunjukkan bahwa (60%) responden menjawab belum, karena menurut responden Harga produk sepatu Converse masih belum terjangkau bagi kalangan pelajar tersebut. sedangkan (40%) responden menjawab sudah, Karena menurut para responden Harga sepatu Converse sudah terjangkau dan relative lebih murah dibanding dengan merek lainnya sehingga sesuai dengan kemampuan Konsumen untuk membeli.



Sumber : Data diolah peneliti, 2020

**Gambar 1.3**

### **Grafik Hasil Pra Survey Inovasi Produk Sepatu Converse**

Berdasarkan Gambar 1.3 mengenai hasil dari pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti dengan jumlah responden sebanyak 30 responden, yang berkaitan dengan Kepuasan Konsumen dengan pertanyaan yaitu “Apakah Sepatu Terbaru Converse memiliki keunggulan?” dari hasil pra survey menunjukkan bahwa 16 (53,3%) responden menjawab Tidak memiliki Keunggulan, karena menurut para responden Inovasi Produk sepatu yang dihasilkan Converse belum menarik dan desain sepatu yang dikeluarkan oleh Converse membosankan sedangkan 14 (46,7%) responden menjawab Memiliki Keunggulan, Karena model sepatu yang diberikan Converse sudah beragam dan bervariasi dari model Low sampai model High.

Dari fenomena diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan fenomena diatas menjadi topik penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse (Studi Kasus di Wilayah Jakarta Barat)”**.

#### **1.2 Identifikasi Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Reputasi merek Converse yang belum baik sehingga berdampak pada berkurangnya keinginan konsumen untuk membeli produk sepatu Converse
2. Adanya persaingan sepatu jenis casual dapat dilihat dari data *Top Brand Award* sehingga berdampak pada berkurangnya keinginan konsumen untuk membeli produk sepatu Converse
3. Harga sepatu Converse yang relatif murah dibanding merek lainnya namun belum sesuai dengan kualitasnya sehingga berdampak pada berkurangnya minat konsumen untuk membeli produk tersebut

4. Inovasi produk model sepatu Converse yang kurang kreatif sehingga berdampak pada berkurangnya minat konsumen untuk membeli

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas untuk memberikan hasil yang lebih efektif, maka penelitian ini dibatasi oleh faktor Citra Merek (X1), Harga (X2), dan Inovasi Produk (X3) yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat?
2. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat?
3. Apakah ada pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat?
4. Apakah ada pengaruh Citra Merek, Harga, dan Inovasi Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen pada sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat?
5. Apakah Harga berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat..
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Citra merek, Harga, dan Inovasi Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse pada di Wilayah Jakarta Barat.
5. Untuk mengetahui apakah Harga variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse di Wilayah Jakarta Barat.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi ilmu teoritis serta bertambahnya pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan

pembelajaran mengenai seberapa besar dampak dari pengaruh citra merek harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi penelitian sejenis maupun penelitian lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan dalam dunia pendidikan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan  
Hasil dari penelitian ini di harapkan menjadi bahan pertimbangan serta masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan citra merek, harga dan inovasi produk yang berakhir pada kepuasan konsumen.
2. Bagi Akademik  
Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh citra merek, harga dan inovasi produk yang mengacu kepada kepuasan konsumen sebagai variabel *independen* dan variabel *dependen* khususnya pada produk sepatu Converse.
3. Bagi Penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi serta pengalaman bagi peneliti lainnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan antara citra merek, harga dan inovasi produk yang mengacu pada kepuasan konsumen.