

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara global produk fashion saat ini menjadi salah satu kebutuhan yang penting untuk generasi milenial. Karena menurut persepsi seseorang penilaian berawal dari penampilan, hal ini dapat dilihat dari meningkatnya penggunaan suatu produk sepatu Converse di Indonesia berpenampilan secara menarik saat ini menjadi kebutuhan wajib bagi masyarakat, khususnya kalangan remaja yang ingin tampil dengan gaya hidup yang kekinian atau mengikuti tren.

Pasar fashion Indonesia dihadapkan pada pesatnya persaingan, hal ini terjadi karena semakin banyaknya pasar yang dapat dimasuki oleh beberapa pesaing baik dalam penjualan secara online atau offline. Hal ini tentu akan menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perusahaan fashion yang ingin mengunggulkan suatu produknya dalam menghadapi perselisihan. Beberapa cara dapat diterapkan oleh perusahaan untuk mempertahankan pasarnya, dengan salah satu cara yakni mempelajari serta memahami perilaku yang berkaitan dengan konsumen.

Perusahaan wajib mengawasi setiap perubahan yang terjadi pada perilaku konsumen sehingga dapat mencegah perubahan tersebut untuk mengevaluasi serta memperbaiki strategi pemasarannya, karena tujuan dari pemasaran yakni untuk memahami serta mengetahui sifat konsumen dengan benar sehingga produk yang akan ditawarkan dapat terjual dan konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan. Konsumen yang potensial akan terlebih dahulu mempertimbangkan

mengenai beberapa faktor yang berkaitan dengan sebuah produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Banyaknya beberapa jenis produk fashion yang beredar di masyarakat, baik di produksi dalam negeri ataupun luar negeri membuat industri fashion harus mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produknya. Dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, sering tergambar pada benak konsumen bahwa merek apa yang telah seseorang ketahui sebelumnya itu yang akan konsumen beli.

Tabel 1.1
TOP BRAND INDEX TAHUN 2021-2022 KATEGORI FASHION PRIBADI
(SEPATU CONVERSE)

Brand	TBI 2021		TBI 2022	
Converse/ All Star	51,3%	TOP	50,0%	TOP
Airwalk	10,2%	TOP	12,0%	TOP
NB	6,3 %		6,6%	
North Star	4,9%		6,4%	
Adidas	1.4%		1,8%	

Sumber: Top Brand, 2022

Salah Converse merupakan salah satu produk fashion sepatu yang memiliki cukup banyak lini produk. Di Indonesia, Converse di produksi oleh Converse Inc. Menurut Top Brand Index pada tahun 2022 Fase 1, Converse berada pada posisi urutan pertama dengan TBI (Top Brand Index) sebesar 50.0 persen dalam kategori fashion. Berdasarkan Top Brand Index tersebut, maka responden yang digunakan pada penelitian ini yakni pengguna sepatu Converse di Surabaya.

Sebagai urutan pertama top brand, Maka Converse tidak bisa mengabaikan beberapa produk ekspor yang pasti menjadi sebuah ancaman para retail fashion di Indonesia. Produk fashion ekspor akan terus menyaingi pasar dalam negeri maupun

luar negeri serta nilainya akan semakin meningkat setiap tahun. Selain itu, retail fashion Indonesia dapat menyebar melalui social media secara pesat.

Menurut Top Brand Index Tabel 1.1 membuktikan bahwa terdapat selisih persentase pada tahun 2022 yaitu terjadi penurunan pembelian sepatu Converse karena pandemi COVID-19 yang memberikan dampak negatif pada seluruh Industri. Converse wajib membuktikan secara tepat terkait strategi pemasaran untuk dapat bersaing dengan produk lain sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Pada langkah untuk penentuan strategi pemasaran perusahaan wajib untuk mengkaji berbagai perilaku konsumen dengan tujuan sebuah produk yang ditawarkan telah sesuai keinginan serta kebutuhan konsumen (Anam et al., 2021). Menurut Suryani & Batu (2021) keputusan pembelian merupakan sebuah perilaku yang menunjukkan konsumen untuk mencari, memberi, menggunakan, menguji serta menghabiskan suatu produk atau jasa yang didambakan akan memuaskan apa yang dibutuhkan. Keputusan pembelian dapat dirancang sebelum, semasa proses serta setelah pembelian suatu produk oleh konsumen dengan uang yang digunakan sebagai alat pembayarannya. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian karna riset mengenai keputusan pembelian masih pantas untuk diteliti mengingat semakin banyaknya beberapa produk yang beredar mengakibatkan perselisihan pada pasar serta menimbulkan beberapa pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian yakni suatu metode dari perilaku konsumen. Menurut perilaku konsumen merupakan sebuah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang telah diyakini oleh konsumen untuk mengambil sebuah keputusan dalam

membeli suatu produk. Dalam keputusan pembelian dengan membeli merk atau produk yang paling disukai oleh konsumen (Fera & Pramuditha 2021). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yakni kualitas produk, harga produk, serta gaya hidup. Konsumen telah meyakini membeli produk Converse karena pada benak konsumen Converse merupakan sebuah produk yang memiliki kualitas produk yang baik, selain itu dengan harga yang relatif terjangkau serta telah sesuai dengan kehidupan sehari-hari sepatu Converse dapat digunakan untuk berbagai macam outfit yang memiliki model sepatu fashionable.

Kualitas produk bagi produsen penting untuk mempertimbangkan persepsi dari konsumen. Dengan demikian, suatu produk yang memiliki kualitas bagus tidak hanya mampu melakukan fungsinya dan lebih baik dari produk pesaing, namun harus mempertimbangkan sasaran warna yang tepat, berat, serta ukuran sebuah produk (Rachmawati, Kana, Anggarini 2020). Hasil penelitian menurut Fera & Pramuditha (2021) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diuraikan bahwa kualitas produk tersebut dapat diterima oleh konsumen dan dapat memberikan kualitas produk yang baik sehingga keputusan pembelian semakin meningkat. Hal ini dapat dijabarkan bahwa kualitas produk dapat menumbuhkan pada benak konsumen akan rasa aman karena kualitas produk Converse telah teruji menggunakan material yang bagus dan dijamin kekuatannya.

Harga merupakan sebuah penentu keberhasilan pada produsen karena harga dapat menentukan besarnya keuntungan yang akan didapat produsen dari hasil penjualan produknya baik barang ataupun jasa. Dalam industri fashion produksi

sepatu produsen harus mampu serta memahami guna menentukan harga untuk produknya sendiri (Fera & Pramuditha 2021). Hasil penelitian Anam et al., (2021) membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diuraikan bahwa harga yang relatif terjangkau mempunyai persentase besar untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dapat dijelaskan bahwa harga sepatu Converse relatif terjangkau dikalangan masyarakat dengan kualitas serta model yang mengikuti trend maka keputusan pembelian akan bertambah.

Gaya hidup dalam beberapa dekade terakhir dapat menunjukkan perubahan yang signifikan pada industri fashion serta berbagai gaya hidup konsumen. Gaya hidup dapat diteliti berdasarkan kegiatan, minat, dan sikap pada lingkungan sekitar (Rachmawati et al., 2020). Menurut Rachmawati et al., (2020) membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diuraikan bahwa gaya hidup dapat membuktikan bahwa seseorang sangat tertarik pada penampilan fisik pada suatu brand atau produk yang akan dibeli maka keputusan pembelian akan meningkat. Hal ini dapat dijabarkan bahwa gaya hidup dapat menggambarkan jika seseorang memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap suatu produk yang akan dibeli maka keputusan pembelian pula akan meningkat.

Dalam lingkungan industri sepatu ini bergerak pada bidang produksi yang merupakan penghasil kebutuhan pribadi konsumen. Sektor industri fashion ini dalam menjalankan operasinya diperlukan modal yang besar. Produk Converse sangat terkenal atau telah mempunyai kualitas produk yang bagus untuk masyarakat Indonesia, dengan kreatifitasnya produk selalu memiliki desain yang beragam pada

setiap bulan atau tahunnya serta bahan yang digunakan juga nyaman untuk dipakai sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka penelitian ini akan membahas mengenai keputusan pembelian di Surabaya. Mengingat keputusan pembelian yakni sebuah point yang penting untuk menentukan produk apa yang akan dibeli. Surabaya termasuk kota terbesar yang memiliki keterkaitan dengan gaya hidup. Oleh karena itu, peneliti tertarik membahas keputusan pembelian berdomisili di kota Surabaya. Penelitian ini berjudul **“Kualitas produk, harga produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Kota Surabaya”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka perumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse di Surabaya?
2. Apakah harga produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse di Surabaya?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh positif signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Converse di Surabaya
2. Menganalisis pengaruh positif signifikan harga produk terhadap keputusan pembelian produk Converse di Surabaya
3. Menganalisis pengaruh positif signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Converse di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga produk, gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Converse di Surabaya.

2. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Dapat memperoleh informasi mengenai penelitian terkait keputusan pembelian serta faktor-faktor yang mempengaruhinya

3. Manfaat bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Diharapkan dapat digunakan untuk referensi mahasiswa serta calon peneliti selanjutnya yang mempunyai minat untuk membahas keputusan pembelian.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang saling berhubungan, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA/PERSPEKTIF DAN KAJIAN TEORITIS

Bab ini membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang prosedur untuk mengetahui sesuatu dalam penelitian dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis. Bab ini akan membahas tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini membahas tentang Gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi analisis deskriptif, analisis model pengukuran, dan pengujian hipotesis serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dianalisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian yang berisi jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian, dan saran sebagai pihak terkait maupun peneliti berikutnya.