

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sepatu merupakan salah satu jenis alas kaki yang di gunakan oleh banyak orang. Dimana kalangan semua umur menggunakannya, karena sepatu sangat bermanfaat bagi banyak masyarakat mulai dari melindungi kaki dari jalanan atau juga dapat menunjang penampilan seseorang. Pada saat ini banyak merek sepatu yang berlomba-lomba untuk menunjukkan keunggulan produk masing-masing, hal ini juga menuntut perusahaan untuk lebih kreatif terhadap persaingan yang terjadi. Mengingat banyaknya produk sepatu di Indonesia, Vans merupakan salah satu perusahaan sepatu yang telah berdiri sejak tahun 1966 dan terkenal dengan perlengkapan sepatu olahraga ekstrim seperti skateboard. Vans berkembang sangat pesat dengan kultur anak muda di zaman sekarang yang lebih suka fashion streetwear (Putrananda & Agustin, 2018).

Di Indonesia, khususnya di Kota Surabaya, sepatu Vans tidak hanya di pakai oleh para skater, tetapi oleh personil band dan sneaker freak (orang yang hobi mengoleksi sepatu). Disini, sepatu ini termasuk barang langka karena tidak memiliki toko resmi. Pada tahun 2013 Vans resmi membuka toko retail di Indonesia untuk pertama kali. Di Indonesia sendiri Vans banyak memiliki penggemar, bahkan hingga membentuk komunitas yang dinamakan “Vanshead”. Seiring dengan kesuksesan Vans sebagai brand yang identik dengan anak muda. Produk Vans kemudian banyak dipalsukan dan dijual lebih murah dipasaran. Faktor utama yaitu diprice, karna price sepatu Vans yang mahal maka tidak semua

kalangan bisa memiliki. Price asli Vans berkisar Rp 600.000,- sampai Rp 3.000.000,- sehingga banyak yang membuat barang palsu dan menjual dengan price lebih murah kisaran Rp 300.000,-. Kartajaya, (2010:62).

**Tabel 1. 1**

**TOP BRAND INDEX PRODUK SEPATU**

No	Merek	Harga
1	Vans	Rp 800.000
2	Nike	Rp 600.000
3	Adidas	Rp 550.000
4	Reebok	Rp 530.000
5	Converse	Rp 500.000

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211008123859-277-705149/penjualan-sepatu-vans-meroket-7800-persen-berkat-squid-game/amp>

Sepatu Vans diketahui menduduki posisi pertama pada data statistic sepatu paling favorit di Indonesia. Hal tersebut dilandasi oleh banyak nya pengguna sepatu Vans yang menganggap sepatu Vans merupakan sepatu yang terkenal dan sudah menjadi ikon street fashion yang paling digemari oleh kalangan anak muda. Dengan price yang ditawarkan oleh sepatu Vans berkisar cukup mahal, namun daya Tarik yang diberikan ketika menggunakan sepatu Vans adalah hal yang paling di dambakan oleh pengguna nya. Sepatu Vans juga menawarkan jenis dan model yang sangat bervariasi yang disebut dengan Seri, seperti sepatu Vans Seri Old Skool, sepatu Vans Seri Authentic, dan sepatu Vans Seri Era.

Popularitas Squid Game membuat segala hal yang terkait serial tersebut menjadi tren. Selain permen gulali atau dalgona, kini ragam atribut dalam serial Squid Game ikut diburu, termasuk sepatu putih yang dikenakan pemain.

Menurut data dari Sole Supplier, penjualan sepatu slip-on putih Vans meroket hingga 7.800 persen karena semakin banyak orang yang mencoba meniru seragam yang dikenakan para pemain Squid Game.

Dalam situs resminya, sepatu putih jenis slip-on tersebut dijual dengan harga US\$50 atau sekitar Rp711 ribu. Sementara di beberapa toko online resmi Vans di Indonesia, sepatu tersebut dibanderol dengan harga Rp799 ribu.

Jika dilihat dari tabel 1.1 dapat di simpulkan bahwa dengan price yang relatif cukup mahal, masyarakat tetap akan berusaha untuk mendapatkan sepatu Vans, karena sepatu Vans di desain memiliki ketahanan yang cukup awet dan tidak dimakan oleh waktu. Sebab sepatu Vans ini mempunyai patem yang unik jika di bandingkan Kompetitor-kompetitor yang lain dan konsisten terhadap bahan dan kualitasnya.

Pengaruh price pada sepatu Vans juga menjadi alasan yang cukup mendasar bagi sebagian masyarakat. Price menurut Philip Kotler & Gary Armstrong, (2006) adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh poduk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen. Price bersifat relative karena ketergantungannya pada referensi yang menyangkut utilitas yang berasal dari produk non-referensi, orang dapat

berargumen bahwa produk referensi mungkin memiliki price yang lebih tinggi daripada produk non-referensi (Amaldoss & He, 2018).

Masyarakat yang mengeluarkan uang untuk dapat menggunakan sepatu Vans memiliki pandangan yang tinggi terkait brand image dari sepatu Vans. Merek didefinisikan sebagai sekumpulan pandangan baik yang bersifat positif maupun negatif terhadap suatu merek yang dimiliki oleh konsumen. Pandangan oposisi makna merek bagi konsumen sebagai informasi yang akan disimpan dalam memori yang tentunya akan digunakan sebagai pedoman dalam menentukan sesuatu (Lowry et al., 2008) . Kotler et al., (2007) mendefinisikan *brand image* adalah kesatuan antara ide, keyakinan, dan kesan dari sebuah brand yang melekat pada diri seseorang. Oleh karena itu, *brand image* merupakan representasi dari persepsi umum yang dibentuk melalui statistic dan perjalanan perusahaan sebelumnya (Sanjiwani & Suasana, 2019).

Tingginya kesadaran masyarakat dalam menggunakan sepatu vans yang merupakan faktor penting terhadap purchase decision sepatu vans di Surabaya. Brand awareness sangat penting dalam menentukan purchase decision. Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa brand awareness secara signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dimana konsumen umumnya menggunakannya sebagai keputusan heuristic yang menguntungkan manajemen ekuitas merek berbasis pelanggan (Zheng et al., 2015). Macdonald & Sharp, (2000) mengemukakan bahwa brand awareness merupakan indikator dominan bagi konsumen yang memilih produk yang memuaskan dalam purchase decision yang rendah, umum, dan berulang.

Purchase decision menentukan apakah seseorang atau kelompok menentukan untuk membeli atau tidak suatu produk, barang, atau jasa. Purchase decision adalah seluruh pengalaman belajar, menentukan, menggunakan, dan membuang suatu produk (Kotler et al., 2007). Menurut Macdonald & Sharp,(2000) purchase decision adalah cara pelanggan mengetahui masalah, mencari informasi merek dan produk, menilai seberapa baik setiap pilihan dapat memecahkan suatu masalah, dan mengarahkan purchase decision.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, dapat diambil permasalahan yang dialami masyarakat dalam proses pengambilan purchase decision terhadap sepatu Vans:

1. Apakah *price* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*?
2. Apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*?
3. Apakah *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah di atas dapat diambil kesimpulan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis signifikansi pengaruh *price* terhadap *purchase decision*.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh *brand image* terhadap *purchase decision*.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh *brand awareness* terhadap *purchase decision*.

#### 1.4 **Manfaat Penelitian**

##### 1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi sepatu Vans untuk mengetahui faktor-faktor apa yang membuat masyarakat ingin membeli sepatu Vans.

##### 2 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai bagaimana faktor-faktor apa yang membuat masyarakat ingin membeli sepatu Vans.

##### 3 Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi ilmu dan hasil pada penelitian berguna sebagai gambaran atau referensi untuk penelitian yang akan datang.

##### 4 Bagi Pembaca

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan rujukan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya khususnya untuk mengetahui tentang pengaruh price, Brand Image, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Pada Produk Vans di Aplikasi Shopee.

#### 1.5 **Sistematika Penulisan Proposal Skripsi**

##### BAB I : PENDAHULUAN

Membahas latar belakang masalah, rumusan permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

##### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang digunakan sesuai dengan variabel yang digunakan, kerangka pemikiran dan Hipotesisnya.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Membahas tentang pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, uji validitas dan reliabilitas, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

**BAB IV : GAMBARAN SUBJEK DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini mengemukakan tentang gambaran subjek penelitian serta analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis statistik, dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini mengemukakan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.