

BAB I

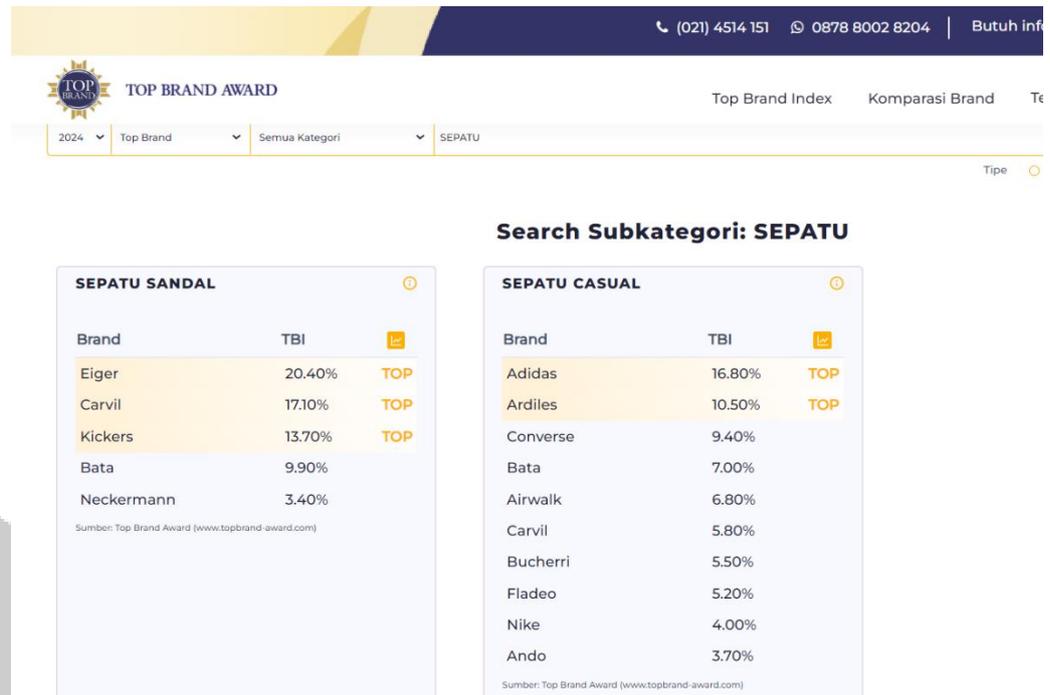
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia fashion telah mengalami perubahan yang cukup signifikan pada saat ini, sehingga membangun kesadaran masyarakat akan peduli terhadap penampilan yang bahkan mereka pun mengenakan produk-produk lokal dan internasional untuk mendukung citra diri mereka. Melihat zaman modern seperti saat ini, tentunya peranan teknologi sangat mempengaruhi beberapa aspek hingga budaya yang turut berkembang, seperti fashion, gaya hidup, dan bertukar pola pikir sebagai peluang dalam merencanakan Langkah-langkah yang dapat membawa banyak manfaat (Catherine Tanuwijaya et al., 2022). Sebenarnya sepatu merupakan kebutuhan hidup setiap orang atau masyarakat untuk menjadikan sebagai alas kaki, namun saat ini akibat perkembangan beredarnya berbagai pilihan seperti varian, warna, hingga desain sepatu yang bermacam-macam, sebagai peluang untuk membuat penawaran dan pilihan kepada konsumen demi memenuhi kebutuhan hidupnya, kebutuhan hidup yang beralih menjadi kebutuhan penampilan (Catherine Tanuwijaya et al., 2022) . Dapat dipungkiri motivasi ini terbangun dari dorongan, motivasi untuk mengembangkan citra diri hingga tuntutan sosial atau gaya hidup.

Berkecimpung lewat pergaulannya, mereka mendapat banyak pengetahuan mengenai informasi tentang apapun yang sedang menjadi perbincangan di kalangan usianya. Pakaian yang menarik perhatian menjadi dorongan generasi muda untuk mencari tahu lebih dalam mengenai informasi dan identitas mengenai barang-barang tersebut. Saat ini sepatu merupakan salah satu topik yang hangat pada pergaulan anak muda, biasanya disebut dengan dunia sneakers, telah mengalami perkembangan dan persaingan yang ketat di pasarnya, pasalnya telah banyak hadir merek dan produk baru yang akan menghadapi pasar persaingan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Converse merupakan pelopor sepatu canvas sejak lama, yaitu ditemukan oleh Marquis Milles Converse pada tahun 1908 di kota Massachusetts, Amerika Serikat. Secara umum, Converse merupakan salah satu produsen spesialis Sepatu karet atau galoshes dengan desain yang timeless, simple, dan stylish, dan menggunakan bahan-bahan yang memiliki kualitas terbaik dikelasnya (Ramadhan et al., 2022). Melalui data yang telah ditemukan, converse hingga kini masih memasuki market share yang bagus pada segmen Sepatu casual, seperti yang dapat kita lihat pada daftar Top Brand Index 2021 dibawah ini



Sumber: Top Brand Award Kategori Sepatu Tahun 2024

Gambar 1. 1

Top Brand Index Kategori Sepatu (2024)

Seperti yang kita lihat pada gambar 1.1 menyatakan bahwa merek Sepatu dengan kategori terbaik di *Brand Index* Indonesia menunjukkan merek converse masih menduduki posisi ke tiga dari teratas, sehingga dapat disimpulkan bahwa memang merek ini merupakan salah satu merek Sepatu pilihan khusus nya masyarakat Indonesia. Pada awalnya, converse hanya memproduksi Sepatu olahraga khusus nya basket, namun melihat perkembangan pasar yang dinamis, hingga kini converse mulai memproduksi Sepatu sesuai keinginan dan atau kebutuhan konsumennya. Untuk mengembalikan posisi pasar merek

nya dalam menghadirkan Sepatu basket, kemudian converse melakukan kolaborasi dengan *Chuck Taylor*, yaitu salah satu atlit yang terkenal di kancah global (Ramadhan et al., 2022) . Seiring hadirnya produk kolaborasi tersebut, pasar sepatu Converse kian meningkat, terdapat beberapa produk hasil kolaborasi, diantaranya sepatu Converse Chuck 70 dan Sepatu Basket Converse. Hingga saat ini pun pada industri fashion, merek converse masih terkenal dengan produk utama mereka yaitu Sepatu nya, karena memang Sepatu mereka merupakan produk signature yang dapat menggambarkan identitas Perusahaan mereka, dengan hal ini secara langsung akan membantu dalam membangun citra merek converse.

Citra merek dianggap sebagai kesan yang didapat oleh pelanggan setelah membeli suatu pada suatu merek, apabila merek ini memberi dan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, maka semakin meningkatkan peluang dalam membangun perspektif merek nya dalam benak konsumen. Menurut Venessa dan Arifin dalam penelitian (Kramadibrata, 2023) peran citra merek dianggap penting sekali untuk mendukung dalam taraf kesuksesan suatu pemasaran produk pada merek tertentu, karena citra merek memiliki makna berupa identitas serta diferensiasi untuk bersaing dengan produk lain meskipun serupa, sehingga bagian inilah yang menjadi andalan pemasaran guna untuk memuaskan konsumen, seperti yang kita tahu, apabila kita sendiri atau seseorang membeli missal seperti pakaian, memang banyak sekali

produsen yang menjual produk tersebut (serupa) namun sebagian orang akan terkesan atau penasaran karena dibuat dari merek tertentu yang terkenal. Dalam penelitian ini saya memilih Sepatu converse sebagai objek nya, karena menurut saya masih banyak konsumen yang lebih memilih produk ini, karena converse masih merupakan merek favorit dalam Sepatu terlebih merek ini memang sudah berdiri sejak lama selain itu pangsa pasar nya juga tidak begitu susah karena sebagian besar Masyarakat akan mengetahui merek ini. Hal ini akan membantu suatu merek untuk meningkatkan citra merek untuk terbangun dengan baik pada benak konsumen.

Namun peran terpenting yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen yaitu persepsi harga. Persepsi harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pelanggan, pasalnya mereka akan membeli suatu produk apabila harga nya sesuai dengan keuntungan yang akan didapat melalui produk tersebut (Alfian & MH Nainggolan, 2022) . Pengaruh persepsi harga tentu memiliki keterkaitan dengan kepuasan konsumen, apabila produk yang dibeli meskipun mahal atau murah jika berbanding dengan ekspektasi konsumen tidak menjadi masalah, namun apabila sebaliknya mungkin pelanggan akan mempertimbangkan kembali. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Alfian & MH Nainggolan, 2022) menyatakan bahwa persepsi harga memiliki berperan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian suatu produk, dengan meningkatkan peluang apabila produk tersebut memiliki harga yang

sesuai, maka berkemungkinan pelanggan akan memberi testimoni dalam pasca penggunaan kepada orang-orang sekitarnya, namun apabila tidak, akan berbanding balik. Dalam penelitian ini saya menggunakan Sepatu converse sebagai objek nya, karena sebagian besar anak muda banyak yang memakai Sepatu converse, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi harga Sepatu tergolong sesuai dengan harga pasaran Sepatu saat ini, dan tentunya sesuai dengan standar harga mereka.

Namun peran terpenting lainnya pada suatu produk yaitu kualitas yang diberikan oleh produsen, secara umum pelanggan akan menggunakan pertimbangan ini untuk membeli suatu produk, terlebih apalagi jika produk ditawarkan dengan harga yang kurang terjangkau, sehingga tentunya pelanggan akan mempertimbangkan Tingkat kegunaannya. Menurut Alfred dalam (Oktadiani, 2020) dan (Damayanti, 2019) kualitas produk menjadi peran penting dalam ekspektasi konsumen, sehingga hal ini menjadi salah satu faktor yang dipertaruhkan pada suatu produk untuk memberi kepercayaan serta terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk harus diperhatikan sebagai standar pembuatan suatu produk, apalagi jika dari merek yang terkenal, karena konsumen sudah terlanjur membayangkan harapan yang tinggi kepada produsen, sehingga ini sebagai produsen harus berusaha untuk memenuhinya.

Menurut Afshar dalam (Oktadiani, 2020) kualitas produk memiliki keterkaitan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sama halnya

seperti harga, apabila ditawarkan dengan harga yang kurang terjangkau namun tidak setara, berkemungkinan untuk ditinggal konsumen, sehingga produsen harus mempertahankan standar kualitas yang telah ditetapkan, bahkan apabila ditingkatkan mungkin akan lebih baik, karena juga konsumen akan membayar sesuai dengan harga yang ditawarkan apabila memang kualitas nya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam penelitian ini saya sebagai peneliti menggunakan objek Sepatu converse, karena menurut saya objek ini sesuai dengan harapan konsumen, yang mana Sepatu converse merupakan produk Sepatu dengan kualitas yang mumpuni, meskipun produk ini berbahan karet dan canvas, namun kualitas material yang mereka gunakan merupakan yang terbaik, sehingga akan mempertahankan reputasi nya, sebagai buktinya, sebagian besar Masyarakat masih menggunakan Sepatu ini sebagai pilihan ideal.

Kepuasan konsumen terdapat banyak faktor didalam nya, dan tentunya pertimbangan konsumen mengenai kesesuaian nilai yang ditawarkan antara barang dengan harga nya, dalam persaingan pasar sempurna, yaitu merupakan pasar yang terdapat banyak produsen dengan produk serupa namun dengan harga yang kompetitif, pada aspek inilah merupakan tantangan produsen terutama untuk membentuk strategi yang tepat demi meraup keuntungan dan konsumen sesuai target atau capaian yang diinginkan, namun kenyataannya memang konsumen akan lebih memilih dengan produk dengan harga yang lebih rendah atau

sesuai dengan rupa yang diberikan (Susanti Kunda & Heti Tri Rahmawati, 2022)

1.2 Perumusan Masalah

Dikarenakan dalam penelitian ini menganalisis fenomena terkait tingkat kepuasan konsumen terhadap pembelian sepatu converse yang berhubungan dengan citra merek, harga, dan kualitas pada produk tersebut, maka terdapat beberapa permasalahan yang terkait, diantaranya:

1. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen sepatu converse?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen sepatu converse?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen sepatu converse?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut beberapa tujuan peneliti yang diharapkan membawa manfaat untuk berbagai pihak seperti Lembaga dan masyarakat yang membutuhkan sebagai bahan pengetahuan:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh antara citra merek terhadap tingkat kepuasan konsumen sepatu converse
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh antara persepsi harga terhadap tingkat kepuasan konsumen sepatu converse

3. Untuk menguji signifikansi pengaruh antara kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen sepatu converse

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi Penulis

1. Hasil penelitian dapat menjadi pedoman bagi konsumen dan menambah pengetahuan terkait identitas merek sepatu Converse
2. Hasil penelitian dapat menjadi pengetahuan terkait pengetahuan keunggulan serta kelemahan, referensi, serta pertimbangan bila ingin melakukan pembelian terhadap produk yang sejajar dengan produk sepatu Converse
3. Hasil penelitian dapat dijadikan pengetahuan untuk mempelajari pengaruh kualitas dan harga yang membuat sepatu Converse menjadi salah satu merek yang ideal diantara jajan produk di bidangnya

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Penelitian ini ditulis menggunakan sistem penulisan proposal secara terstruktur sesuai pedoman yang berlaku dengan tujuan agar memberi kemudahan bagi pembaca. Pembagian materi dalam proposal ini terdapat 3 bab dan sub bab, yaitu diantaranya:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi deskripsi mengenai latar belakang, rumusan masalah, manfaat penelitian, dan tujuan penelitian sebagai acuan dalam penyusunan proposal ini

BAB II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai topik serta variable yang menjadi pembahasan utama dalam materi proposal ini dengan menggunakan data, jurnal, hingga referensi yang telah dikaji serta valid dan dapat dipertanggungjawabkan

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai deskripsi tiap bab dan sub bab nya, diantaranya terdapat rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional serta pengukuran variable, instrument penelitian, metode pengambilan sampel dan metode pengumpulan data, uji validitas realibilitas, hingga metode analisis data

BAB IV: Gambaran Subyek Penelitian dan Analisis Data

Dalam bab ini akan berisi penjabaran mengenai hasil Analisa data melalui penelitian yang telah dilakukan melalui kuisisioner yang telah didistribusikan kepada responden tertuju. Serta membantu dalam melakukan tabulasi data demi mencapai tujuan penelitian yang berkredibilitas.

BAB V: Kesimpulan Penelitian

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian yang melibatkan indicator serta item-item variable guna mencapai penelitian akurat, sehingga dapat dimanfaatkan untuk melakukan pengembangan kedepannya.