

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis menjadi semakin kompetitif sebagai hasil dari pertumbuhan teknologi serta bisnis yang cepat di era digital saat ini. Salah satu sektor di Indonesia yang mengalami laju pertumbuhan tercepat ialah pasar sepatu olahraga. Meningkatnya kesadaran masyarakat baik kalangan muda maupun dewasa, akan gaya hidup sehat dan kebutuhan untuk berolahraga. Ini menciptakan peluang yang signifikan bagi merek-merek lokal, termasuk Specs, untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, Specs sebagai salah satu merek lokal yang telah berkiprah sejak lama, diposisikan secara strategis untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Dengan menyediakan produk premium dengan harga yang kompetitif, Specs telah berhasil menarik perhatian konsumen yang mencari sepatu futsal dengan performa baik tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Dalam olahraga futsal, setiap pemain perlu melengkapi dirinya dengan perlengkapan futsal, salah satunya adalah sepatu. Sepatu futsal merupakan perlengkapan wajib bagi pemain dan tersedia dalam berbagai merek serta spesifikasi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Namun, tantangan yang dihadapi oleh Specs tidaklah mudah. Merek-merek lokal seperti Mills, Speed, Calci League juga menjadi salah pesaing sepatu lokal di Indonesia dan merek sepatu internasional seperti Adidas, Nike, Puma memiliki sumber daya yang lebih besar serta citra merek yang sudah mapan. Dalam pasar sepatu olahraga yang kompetitif, citra merek yang telah dikembangkan dari waktu ke waktu sama pentingnya dengan kualitas produk serta harga. Konsumen cenderung lebih memilih produk dari bisnis yang memiliki reputasi yang baik serta citra yang positif. Dengan demikian, Specs harus berusaha lebih keras untuk membangun citra merek yang baik sehingga dapat membedakan dirinya dari para pesaingnya.

Dalam penelitian ini, penting untuk meninjau posisi masing-masing merek di pasar sepatu olahraga, khususnya di segmen mahasiswa. Untuk itu, tabel berikut menyajikan data penjualan merek sepatu olahraga selama periode 2017 hingga 2024.

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepatu Futsal

No	Merek	Periode	Terjual
1	Specs	2017-2024	10.143
2	Mills	2018-2024	6.565
3	Speed	2018-2024	3.046
4	Calci	2017-2024	1.247
5	League	2017-2024	429

Sumber : Shopee (www.shopee.co.id)

Data ini membantu memberikan gambaran awal tentang kekuatan dan tantangan yang dihadapi Specs sebagai merek lokal yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan data yang dihimpun, tabel berikut ini menyajikan informasi penting mengenai kinerja penjualan beberapa merek sepatu olahraga lokal yang beredar di Indonesia, termasuk Specs, selama kurun waktu tertentu. Data ini menggambarkan bagaimana masing-masing merek berhasil bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Mengingat daya saing ini, sangat penting bagi Specs untuk mengenali berbagai faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga, citra merek, hingga kualitas produk merupakan tiga elemen utama yang memerlukan analisis.

Kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan yang paling utama saat melakukan pembelian. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan bahan dan daya tahan sepatu, tetapi juga kenyamanan, desain, serta performa saat digunakan. Dalam hal ini, Specs menawarkan sepatu futsal dengan berbagai fitur unggulan yang mendukung kualitas, seperti teknologi untuk kestabilan dan kenyamanan kaki. Kualitas produk mencakup pengalaman pengguna secara keseluruhan serta atribut fisik sepatu. Misalnya, daya cengkeram sepatu di lapangan futsal sangat

menentukan performa pemain. Sepatu yang baik harus mampu memberikan kenyamanan dan dukungan selama pertandingan berlangsung. Dengan memahami kebutuhan konsumen akan kualitas ini, Specs berupaya menghadirkan inovasi dalam setiap produknya.

Selanjutnya, harga juga menjadi pertimbangan krusial dalam keputusan pembelian. Dalam konteks pasar Indonesia, di mana banyak konsumen memiliki anggaran terbatas, harga yang terjangkau namun tetap memberikan kualitas memadai menjadi daya tarik utama. Pelanggan yang ingin mendapatkan hasil maksimal dari pembelian mereka tertarik pada Specs karena dapat menawarkan penawaran harga yang kompetitif bila dibandingkan dengan merek global lainnya. Namun, pelanggan mempertimbangkan faktor lain selain harga. Mereka juga akan menilai seberapa baik kualitas produk serta harga yang seimbang. Pelanggan akan enggan membeli produk apabila harganya terlalu rendah namun kualitasnya di bawah standar. Di sisi lain, pelanggan akan mencari pilihan yang lebih murah dari perusahaan lain apabila harganya terlalu tinggi tanpa kualitas yang diharapkan.

Lebih jauh lagi, keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh citra merek. Persepsi konsumen atas suatu merek dibentuk oleh pemahaman serta pengalaman yang diperoleh melalui berbagai saluran komunikasi. Citra positif dari Specs sebagai merek lokal berkualitas dan terjangkau telah membuatnya populer di kalangan berbagai kalangan. Merek ini dikenal karena inovasi teknologi dalam produk-produk mereka serta desain yang menarik. Citra merek Specs sebagai penyedia sepatu olahraga berkualitas dengan harga terjangkau sangat penting dalam menarik perhatian konsumen. Merek ini tidak hanya menjual sepatu, mereka juga membangun identitas melalui sponsor olahraga serta nilai-nilai seperti kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Sehingga, salah satu elemen utama yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sepatu futsal ialah citra merek.

Mengacu pada latar belakang yang diuraikan di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta”**.

1.2 Pembatasan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang di atas, peneliti mengkaji perlunya penggambaran batasan masalah dalam penelitian ini. Ini diterapkan untuk memastikan peneliti tetap berkonsentrasi sehingga tidak menyimpang dari pembahasan. Untuk itu penelitian ini akan dibatasi pada “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta”.

1.3 Rumusan Masalah

Mempertimbangkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepatu Specs di Kalangan Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Aspek Akademis
Dapat menyajikan wawasan serta memiliki pengetahuan langsung mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.
2. Aspek Teoritis
Dapat mengembangkan pemahaman serta menjadi referensi untuk bahan penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.
3. Aspek Praktis
Dapat menyajikan masukan serta saran kepada perusahaan dalam merumuskan metode pengambilan keputusan. Lebih jauh lagi, sebagai dokumen untuk meningkatkan strategi pemasaran perusahaan.

