

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern saat ini, persaingan dalam dunia bisnis mengalami kenaikan yang disebabkan adanya minat dan kebutuhan konsumen yang berubah-ubah. Hal ini mengharuskan perusahaan dapat memperhatikan kebutuhan dan ketertarikan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan dapat membentuk inovasi-inovasi yang baru dalam menentukan strategi pemasaran agar menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Persaingan itu sendiri tidak lepas dari beberapa strategi pemasaran, strategi menjadi penilaian masyarakat sebagai konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Produk yang dihasilkan akan memiliki nilai guna bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Salah satu perusahaan yang mengalami persaingan bisnis saat ini yaitu perusahaan industri yang bergerak dibidang fashion. Fashion menjadi pelengkap bagi anak muda jaman sekarang yang sedang mengikuti trendi seperti halnya sepatu. Sepatu merupakan suatu produk yang saat ini sangat digandrungi oleh mayoritas konsumen. Mayoritas konsumen membeli sepatu digunakan untuk dipakai sehari-hari juga sebagai koleksi. Sepatu tidak hanya sebagai alas kaki, namun sebagai personalitas *trend* yang saat ini menjalar ke berbagai usia dan gender. Sepatu yang menjadi *trend* saat ini yaitu sepatu sneakers, sneakers merupakan sebuah rancangan sepatu untuk olahraga maupun kegiatan fisik lainnya. Sepatu sneakers mula-mula di popularitaskan oleh perusahaan-

perusahaan ternama seperti Nike, Adidas, Puma, dan Converse. Namun dengan seiring perkembangan dunia industri saat ini Indonesia menciptakan merek sepatu lokal seperti Ventela, Patrobas dan Compass.



Gambar 1. 1 Data Merek Sneakers Disukai Masyarakat Indonesia  
Sumber : Databoks 2023

Berdasarkan gambar 1.1 dinyatakan bahwa Ventela salah satu merek sneakers lokal yang disukai oleh masyarakat Indonesia dengan urutan 8 dari merek-merek ternama dengan persentase 9,3%. Ventela merupakan sepatu brand lokal yang dikenalkan sejak tahun 2017 oleh William Ventela, pemilik pabrik sepatu vulkanisir mulai tahun 1989 di Bandung, Jawa Barat. Dari hasil pengamatan diketahui bahwa Ventela menjadi salah satu merek sneakers lokal yang menjadi merek yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Di Kabupaten Lumajang sendiri tak sedikit kaum remaja mengenal merek tersebut sebagai pelengkap atribut fashion. Selain itu Ventela mempunyai desain yang cukup menarik sehingga membuat masyarakat menyukai merek.

Fenomena yang terjadi saat ini banyak bermunculan sepatu sneakers (sepatu dengan sol berbahan karet) banyaknya brand lokal yang menciptakan produk sneakers. Produk ini dikenal akan berbagai model yang *authentic* dan terkesan *glamor* yang cocok digunakan untuk beraktivitas sehingga mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Harga sepatu sneakers merek Ventela ini terjangkau yaitu dengan kisaran harga Rp. 200.000 sampai Rp. 400.000 harga tersebut diperuntukkan sesuai model yang akan dibeli. Produk ini nyaman saat digunakan karena terbuat dari bahan kanvas terbaik dengan daya tahan yang kuat dan bagian isole yang empuk dan nyaman pada saat digunakan. Bahkan sepatu sneakers merek Ventela sendiri dapat menarik perhatian Bapak Presiden Joko Widodo.

Berdasarkan penjelasan Indrasari (dalam Tania *et al.*, 2021) Keputusan pembelian adalah suatu pengambilan keputusan guna melaksanakan suatu pembelian yang ditawarkan oleh industri tentang produk yang bakal dibeli oleh konsumen. Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dapat dipengaruhi dengan berbagai faktor salah satunya yaitu harga dan kualitas produk. harga berupa angka yang tertera pada label. Berdasarkan Tjiptono & Diana harga merupakan satuan moneter yang berperan sebagai alat tukar untuk memperoleh hak untuk memiliki dan menggunakan barang atau jasa (dalam Utami *et al.*, 2019). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan menjual produk sebagai barang atau jasa. Penetapan harga yang terlalu tinggi akan

menurunkan penjualan, tetapi harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang diterima oleh perusahaan.

Selain harga kualitas produk merupakan hal penting yang harus diupayakan oleh setiap perusahaan jika menginginkan produknya mampu bersaing dipasar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas adalah syarat terpenting penerimaan produk di pasar. Suatu produk dianggap kompeten jika produk tersebut dapat memenuhi harapan. Perusahaan telah melakukan berbagai untuk menghasilkan produk yang berkualitas, diantaranya menerapkan kontrol yang ketat di setiap proses mulai dari produksi bahan baku hingga penyimpanan produk jadi. Berdasarkan penjelasan Firmansya (dalam Utami *et al.*, 2019) kualitas produk merupakan sebuah persepsi produk yang memiliki *point of sale* lebih banyak daripada yang tidak dimiliki pesaing.

Penelitian tentang harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebelumnya sudah dilakukan penelitian oleh Kasanti *et al* (2019) dengan melakukan penelitian dengan judul “pengaruh harga dan kualitas produk safety merek proguart pada PT AIM safety indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun penelitian ini bertentangan dengan Mutiah Khaira Sihotang (2020) dengan judul yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk PT HNI sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk PT HNI.

Muhammad Ulil Abshor *et.al* (2018) dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus Di Area Kabupaten Demak)”. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian torabika duo. Ida Rosita Sari dan Harti (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Swap Pajamas Shopee. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Swap Pajamas di shopee.

Alasan Peneliti untuk meneliti pengaruh harga dan keputusan pembelian terhadap sepatu sneakers merek Ventela, sebab sepatu sneakers merek Ventela ini merupakan salah satu produk sepatu lokal yang sudah memiliki daya tarik sendiri terhadap konsumen sebagai pelengkap outfit dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan dari uraian latar belakang dan penelitian terdahulu masih terjadi perbedaan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti dengan membahas topik dengan Judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Merek Ventela di Kabupaten Lumajang”**. Peneliti tertarik untuk mengangkat tema ini untuk mengetahui lebih luas, seberapa besar pengaruh harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela Di Kabupaten Lumajang.

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka perlu adanya batasan masalah dengan harapan masalah yang dibahas tidak akan menyimpang dari pembahasan.

- a. Penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran
- b. Penelitian ini membahas keterkaitan antara 3 variabel yaitu harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian
- c. Responden dalam penelitian ini dilakukan pada konsumen sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang

## 1.3 Rumusan Masalah

- a. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela di Lumajang?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela di Lumajang
- d. Apakah harga dan Kualitas produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut

- a. Bagi peneliti
  - 1) Sebagai bahan pertimbangan antara teori dalam ilmu manajemen pemasaran dan keadaan di lapangan.
  - 2) Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai harga, kualitas produk dan keputusan pembelian.
- b. Bagi ITB WIGA Lumajang

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran serta menjadi bahan pertimbangan literatur untuk perpustakaan ITB WIGA Lumajang, khususnya jurusan manajemen.
- c. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan gambaran atau informasi yang dapat digunakan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam bidang ilmu Manajemen Pemasaran.