

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Olahraga adalah komponen penting dari peradaban modern. Bukan hanya remaja, tetapi bahkan orang dewasa suka berolahraga untuk meningkatkan sirkulasi darah dan proses metabolisme, yang membuat tubuh lebih sehat dan kurang rentan terhadap penyakit. Ketika datang untuk berolahraga, kebanyakan orang suka memakai sesuatu yang khas dan nyaman, seperti *jersey*. *Jersey* yang biasa dicari ialah yang menggunakan bahan *dry fit* berkualitas sehingga mampu menyerap keringat dari tubuh dan mengarahkannya ke permukaan pakaian, dimana keringat dapat cepat menguap serta memiliki tekstur kain yang halus dan sejuk saat dikenakan. Dunia usaha berubah sangat cepat, dibantu oleh kemajuan teknis yang semakin maju. Banyak pakaian olahraga atau jersey sekarang menggunakan peralatan cetak digital alih-alih sablon manual atau sublimasi, yang menyebabkan motif atau desain menyatu dengan kain dan mencegah pengelupasan, seperti halnya dengan sablon manual atau sublimasi. Produsen saat ini menuntut agar bisnis tumbuh dengan cepat, setidaknya, mengikuti kemajuan teknologi dan meningkatkan kehidupan masyarakat. Globalisasi memiliki efek menguntungkan dan negatif, seperti yang terlihat oleh munculnya gaya hidup berorientasi konsumen dan pergeseran lain dalam norma-norma masyarakat. Globalisasi juga dapat mendorong produsen untuk memasok barang yang dibutuhkan konsumen (Ermawati et al., 2023). Elsa Maria Pattie, Wakil Presiden Olahraga dan Kegiatan Luar Ruangan di Blibli, mengungkapkan bahwa penjualan kaus sepak bola, terutama dari tim nasional Argentina dan Indonesia, telah naik 30% untuk partainya

sejak pengumuman pertandingan termasuk nama kedua negara. "Karena Indonesia memenangkan medali emas di SEA Games 2023 dan karena kegembiraan seputar pertandingan ini." Ada lonjakan transaksi tiga puluh persen dari April hingga Juni," katanya dalam keterangan pers, Jumat, 16 Juni 2023. Elsa menambahkan, Blibli telah menyiapkan penawaran spesial dari kategori produk Olahraga & Aktivitas Luar Ruangan, terutama promo spesial Koleksi Sepak Bola Terbaik dengan diskon hingga 50% dan voucher tambahan, sebagai jawaban atas keseruan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang ingin membuat pertandingan bersejarah ini tak terlupakan. (<https://money.kompas.com>)

Baik pria maupun wanita dapat menggunakan tips dalam "Cara Berpakaian *Core Bloke*." Istilah "*ladcore*" mengacu pada gaya berpakaian yang dikenakan oleh wanita; Ini berasal dari kata "*Lady Core*." Pakaiannya terdiri dari denim panjang longgar, celana tiga perempat, atau atasan T-shirt atau kemeja polo, dan kaus kaki panjang dan sepatu kets. Seorang pengguna TikTok dengan 32,000 pengikut menjelaskan bahwa tren ini sedang berkembang. Pengguna Instagram @brandonlhuntly memposting video berjudul "Tren terpanas tahun 2022: bloke core." Dalam video tersebut, ia terlihat mengenakan jersey sepak bola, celana longgar, dan alas kaki Adidas Samba. Oleh karena itu, tren mode yang sama diunggah oleh semakin banyak pengguna TikTok bersama dengan tagar #blokecore. Tagar tren pakaian inti cowok telah menerima lebih dari 100 juta tampilan sejak diluncurkan tahun ini. (tirto.id)

Seseorang membuat keputusan pembelian setelah mereka melalui beberapa tahap seleksi dan penilaian. Ini adalah ketika mereka memilih apa yang harus dibeli,

kapan, di mana, dan bagaimana menyelesaikan transaksi. Apa pun yang dapat dijual untuk memenuhi keinginan dan persyaratan konsumen apakah mereka sedang digunakan, dikonsumsi, dimiliki, atau dipelihara. Pembeli pasti akan mempertimbangkan kelebihan dan kekurangan produk sebelum melakukan pembelian. Saat membuat pilihan pakaian, mereka akan memprioritaskan barang-barang berkualitas tinggi sehingga mereka nyaman memakainya. Banyak faktor yang mendasari seseorang untuk melakukan pembelian produk *jersey*, diantaranya ialah kualitas produk, *price discount*, dan promosi. Kualitas produk harus menjadi salah satu pertimbangan pertama yang mungkin dimiliki penjual atau bisnis karena ini adalah salah satu alat penentuan posisi utama bagi pemasar. Hal ini dilakukan agar bisnis atau vendor mendapatkan keunggulan kompetitif dan memastikan bahwa pelanggan senang dengan barang yang mereka pilih.

Price discount juga menjadi salah satu strategi perusahaan atau penjual dengan tujuan agar lebih menarik minat konsumen karena *price discount* yang diberikan. Semua bisnis atau penjual perlu menggunakan promosi sebagai taktik untuk menarik minat pelanggan dalam melakukan pembelian. Konsumen mungkin menemukan promosi menjadi sangat menarik jika disajikan dengan cara yang unik dan inovatif. Perusahaan atau penjual dapat menonjolkan karakteristik mereka melalui promosi untuk meningkatkan pembelian impulsif konsumen. Promosi yang dilakukan oleh *Pamore Apparel* didominasi dengan digital marketing dimana pengenalan produk lebih mudah ditemukan. Hal tersebut dinilai lebih efektif karena dapat memperluas informasi yang diberikan hingga ke seluruh Indonesia. Akibat dari penggunaan teknologi dan internet, bisnis kini menjadi abadi (tanpa batas

waktu) dan *borderless* (tanpa batas wilayah), menciptakan berbagai peluang bisnis yang dapat berdampak pada kesuksesan individu dalam dunia bisnis. (Kasno et al., 2022).

Menurut (Sofjan Assauri, 2018) Komponen produk atau barang yang selaras dengan tujuan penggunaan barang atau hasil disebut sebagai kualitas produk. Pelanggan mengharapkan barang-barang berkualitas tinggi dan bernilai tinggi dari produsen, dan ini adalah salah satu harapan utama mereka. Selanjutnya, akan lebih baik lagi jika perusahaan atau vendor tersebut memiliki atribut khusus yang membedakan barangnya dengan penawaran serupa dari perusahaan atau vendor lain. Mengingat lingkungan perusahaan saat ini yang sangat kompetitif, ini harus diperhitungkan. Tidak hanya layanan terbaik berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, tetapi kualitas produk juga meningkatkan kepuasan pelanggan dan penjualan (Ermawati et al., 2023).

Price discount atau diskon ditawarkan untuk menarik pelanggan untuk melakukan pembelian dan melakukan pembayaran yang sesuai. waktu (Muhammad Choirul Anwar, 2022). Semakin banyak *discount* yang diberikan maka daya beli konsumen akan semakin meningkat karena dinilai dapat menghemat pengeluaran. Bisnis atau vendor yang menawarkan diskon dapat menarik klien baru karena membuat produk mereka lebih menarik bagi mereka. Salah satu hal yang dipertimbangkan pembeli ketika menentukan apakah akan membeli suatu produk, kapan melakukannya, dan berapa banyak yang benar-benar mereka butuhkan adalah harganya (Ermawati et al., 2023).

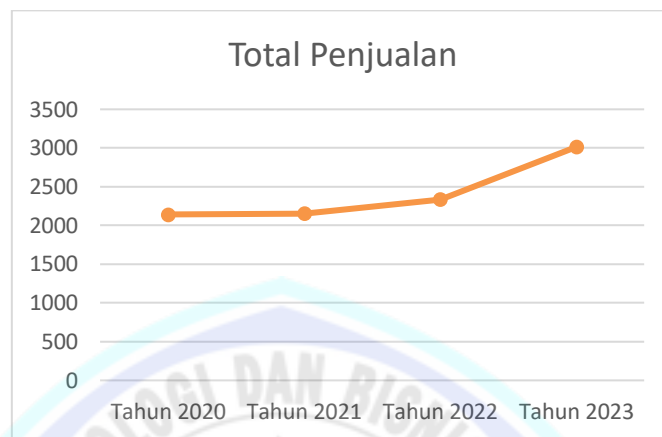
Tujuan promosi adalah untuk menyajikan barang kepada pelanggan potensial.

Promosi digunakan untuk meyakinkan calon pelanggan bahwa barang yang ditawarkan bermanfaat dan memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka (Sahabat Pegadaian, 2023). Ada banyak sekali cara untuk mempromosikan suatu produk, yang paling utama digunakan di era moderen saat ini ialah melalui media sosial atau digital marketing. Strategi promosi ini dapat membantu perusahaan atau penjual untuk memperkenalkan produk yang mereka miliki ke seluruh masyarakat Indonesia dan tidak hanya berpaku di daerah tertentu saja (Ermawati & Salim, 2023).

Saat ini, di Kabupaten Lumajang sudah banyak sekali toko *Jersey*, salah satunya adalah Pamore *Apparel* yang berada di Desa Tukum Kecamatan Tekung. Meskipun baru didirikan pada tahun 2020, perusahaan ini telah memproduksi ribuan jersey dan menerima minat dari orang-orang tidak hanya di Kabupaten Lumajang tetapi di seluruh Indonesia. Pamore *Apparel* memanfaatkan adanya kemajuan teknologi ini dengan sangat baik sehingga bisnis nya dapat dikenal lebih luas. Mereka sangat menjaga kualitas dari produk dan pelayanannya agar para customer nya pun banyak yang akhirnya menjadi pelanggan. Pemasaran digital adalah salah satu faktor dalam keberhasilan UMKM dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan. Meningkatkan digital marketing yang efektif .

Pelanggan dapat memilih dari banyak pilihan produk yang diberikan oleh Pamore *Apparel*. Kualitas produk adalah fokus utama untuk pengembangan dan pemeliharaan, dan pelanggan tertarik pada promosi perusahaan karena banyaknya penawaran dan potongan harga. Pamore *Apparel* memanfaatkan adanya kemajuan teknologi di era digital ini untuk mempromosikan bisnis mereka agar dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat. Media sosial juga menjadi salah satu yang mereka

andalkan sebagai wadah untuk promosi, target pasar mereka ialah remaja yang masih memiliki semangat untuk berolahraga dan tetap stylish. Berikut data penjualan produk *jersey* pada Pamore Apparel sejak tahun 2020 hingga 2023.



Gambar 1.1
Data Penjualan Pamore Apparel Tahun 2020 sampai 2023
Sumber : Pamore Apparel

Sangat penting bagi pelaku usaha untuk mencermati keputusan pembelian guna mengembangkan teknik pemasaran yang akan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Pelanggan membeli barang karena berbagai alasan ketika mereka melakukannya. Di Kabupaten Lumajang sendiri saat ini banyak anak muda yang mulai menjajal bisnis *jersey printing*, penjualan *jersey printing* terlaris pada *market place* akhir tahun 2022 hingga akhir tahun 2023 sempat di dominasi oleh Kabupaten Lumajang. Lalu pada awal tahun 2024 ini Kabupaten Jember mulai menyusul sebagai penjual *jersey printing* terlaris. Untuk itu penelitian ini perlu dilakukan guna mendukung bisnis dalam kota agar dapat lebih maju dan bisa mempertahankan peringkat nya.

Kualitas produk adalah penentu utama niat beli. Menurut penelitian (Hilya Salsabila, 2023) keputusan tentang apa yang harus dibeli dipengaruhi oleh kualitas barang. Namun demikian, penelitian ini bertentangan (Djoko Hananto, 2021) yang

mengklaim bahwa keputusan tentang apa yang harus dibeli tidak banyak dipengaruhi oleh kualitas barang. Ini menunjukkan bahwa ketika konsumen membuat keputusan pembelian, mereka mempertimbangkan faktor-faktor selain kualitas produk. Variasi penelitian menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk penyelidikan lebih lanjut tentang masalah ini..

Price Discount adalah elemen kedua yang mungkin berdampak pada keputusan pembelian. Menurut penelitian (Josep Tolisindo, 2017), penurunan harga mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dengan cara yang menguntungkan. Studi ini, bagaimanapun, bertentangan dengan pernyataan Cimilivia Simange (2023) bahwa penurunan harga tidak berpengaruh pada pilihan konsumen. Ini menunjukkan bahwa saat membuat keputusan pembelian, orang mempertimbangkan lebih dari sekadar pengurangan harga. Variasi penelitian menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk penyelidikan lebih lanjut tentang masalah ini.

Promosi adalah elemen berikutnya yang mempengaruhi keputusan untuk membeli. Menurut penelitian Muhammad Showam (2020), promosi memiliki dampak besar dan menguntungkan pada keputusan konsumen untuk membeli. Namun, penelitian ini bertentangan (Pitria Febriana, 2020), yang mengklaim bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Ini menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan berbagai faktor ketika memutuskan apa yang harus dibeli, bukan hanya transaksi. Variasi hasil menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk penyelidikan lebih lanjut terhadap masalah ini.

Berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan di atas, penulis ingin melakukan studi tambahan tentang pengaruh kualitas produk, *price discount*, dan promosi pada keputusan pembelian. Dengan demikian, peneliti menjadi tertarik pada proyek studi "Pengaruh Kualitas Produk, *Price Discount*, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Jersey Pamore Apparel Lumajang*".

1.2. Batasan Masalah

Batasan masalah berikut diperlukan untuk penelitian ini agar lebih berkonsentrasi pada topik pembahasan :

- a. Penelitian ini sedang dilakukan di bidang pemasaran.
- b. Penelitian ini dibatasi pada kualitas produk, *price discount*, dan promosi, serta dampaknya terhadap keputusan untuk pembelian produk *jersey Pamore Apparel Lumajang* karena keterbatasan waktu, kemampuan peneliti, dan ruang lingkup kesulitan saat ini. Responden penelitian adalah pelanggan yang memilih untuk membeli barang-barang *jersey* dari *Pamore Apparel Lumajang*.
- c. Penelitian ini dilakukan di rumah produksi *jersey Pamore Apparel* yang berada di Kecamatan Tekung, Kabupaten Lumajang.
- d. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024.

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berikut dibuat untuk penelitian ini berdasarkan informasi latar belakang yang diberikan di atas. :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *jersey Pamore Apparel Lumajang* ?

- b. Apakah *price discount* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *jersey Pamore Apparel Lumajang* ?
- c. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *jersey Pamore Apparel Lumajang* ?

1.4. Tujuan Penelitian

Mengingat rumusan masalah diatas, tujuan penyelidikan ini adalah :

- a. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *jersey Pamore Apparel Lumajang*.
- b. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh *price discount* terhadap keputusan pembelian produk *jersey Pamore Apparel Lumajang*.
- c. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk *jersey Pamore Apparel Lumajang*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang disebutkan di atas diantisipasi untuk menghasilkan keuntungan berikut berdasarkan tujuannya :

a. Manfaat Teoritis

Sebagai terobosan dalam ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran, khususnya untuk menilai kualitas produk, penjualan, *price discount*, dan pilihan pembelian untuk menentukan apakah hasil penelitian ini mendukung atau bertentangan dengan penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Untuk lulus dari Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang dengan

gelar sarjana di Strata-I, peneliti harus menyelesaikan proyek penelitian ini, yang menggabungkan penerapan ide-ide yang dipelajari dalam kuliah dengan pengalaman dunia nyata. Diyakini bahwa peneliti akan dapat memahami dan mempelajari lebih lanjut tentang topik manajemen pemasaran..

2) Bagi Perusahaan

Hal ini diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan diperhitungkan ketika membuat keputusan tentang kualitas produk, potongan harga, dan promosi..

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti di masa depan yang ingin masuk lebih dalam ke topik manajemen pemasaran diantisipasi untuk menemukan penelitian ini menjadi sumber daya yang berguna dan sumber inspirasi.

