

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dunia pemasaran yang semakin sarat akan tingginya persaingan ketat khususnya pada perusahaan yang sejenis, mengakibatkan perusahaan harus selalu mengikuti tren yang ada, baik di bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya. Sehingga perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan menguasai pangsa pasar. Setiap perusahaan ingin usahanya selalu berhasil dalam pemasaran sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada dasarnya, semakin tinggi tingkat persaingan maka semakin banyak pula pilihan yang diberikan untuk konsumen. yang membuat perusahaan berusaha menciptakan inovasi-inovasi baru untuk memiliki keunikan yang dapat menarik perhatian konsumen serta memenangkan pangsa pasar yang ada.

Perusahaan-perusahaan yang memproduksi suatu produk sepatu terutama sepatu olahraga harus nyaman dan menarik karena yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen akan bertahan jika suatu atribut dari produk sepatu tersebut dapat diterima konsumen dan dunia pemasaran, karena sifat-sifat dan karakteristik yang ada dalam suatu produk tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan konsumen.

Banyaknya produk sepatu olahraga yang beredar di pasaran serta produk-produk sepatu olahraga merek luar yang mengakibatkan merek dalam negeri semakin terlupakan karena kesan konsumen, merek luar lebih memiliki sifat-sifat dan karakteristik dan desain yang lebih menarik dibandingkan dengan merek dalam negeri, misalnya produk sepatu Adidas dan Nike yang dominan menguasai pangsa pasar sampai saat ini.

Maka dari itu perusahaan harus lebih kreatif dan peka dalam memasarkan sebuah produk sepatunya terutama sepatu olahraga karena dalam tahap ini konsumen cenderung merespon sebelum akhirnya akan timbul minat untuk membeli. Minat dalam pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seseorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya, maka mereka akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya. Menurut (Schiffman & Kanuk, 2008) minat beli menunjukkan bahawa konsumen akan mengikuti pengalaman mereka, preferensi dan lingkungan eksternal untuk mengumpulkan informasi, mengevaluasi alternatif terhadap suatu produk dan layanan jasa. Maka dari itu minat beli mempunyai faktor yang kuat terhadap keputusan pembelian suatu produk.

Maka dari itu sebelum konsumen berminat membeli suatu produk pasti paling utama yang diperhatikan adalah desain dari produk itu sendiri. Karena desain juga merupakan hal yang penting diperhatikan oleh para produsen

sepatu olahraga. Semakin menarik tampilan luar sepatu maka akan beragam pula sepatu yang semakin digemari oleh konsumen.

Desain sangat penting terutama dalam pembuatan dan pemasaran, barang kemasan, dan peralatan tahan lama. Desain dapat diartikan sebagai bentuk yang menjadi ciri khas pembeda dari produk lain yang sama jenisnya. Oleh karena itu konsumen akan memilih dan membeli produk atau jasa jika suatu produk memiliki nilai tambah (value added) dari semua jenis produk atau jasa yang ada. Nilai dapat dibentuk dari asosiasi yang kuat dan berhubungan pada sebuah merek. Konsumen akan beranggapan bahwa merek merupakan sebuah nilai tambah bagi mereka.

Dengan adanya desain, banyak perusahaan-perusahaan dalam negeri mencoba berinovasi memberikan desain yang terbaik untuk produknya seperti sepatu olahraga Ardiles yang tiap tahunnya atau tiap bulannya selalu memberikan desain terbaiknya salah satunya yaitu elegan, lebih ringan dan nyaman dipakai oleh konsumen. Walaupun merek luar masih lebih digemari oleh kalangan konsumen pencinta sepatu olahraga yang sudah lebih dulu menguasai dunia olahraga. Sehingga sepatu olahraga dalam negeri selalu berusaha memperkenalkan merek mereka dengan melakukan iklan di tiap-tiap event olahraga atau masa pergantian tahun ajaran baru.

Hal tersebut dikarenakan adanya persepsi yang dapat timbul dalam benak konsumen sehingga mereka rela mengeluarkan budget yang tinggi hanya dengan sebuah produk yang diinginkan. Perusahaan yang baik akan

mampu memberikan citra produk yang positif bagi konsumen atau pelangganya. menurut Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan bahwa jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk. Konsumen lebih cenderung untuk membeli merek terkenal, karena konsumen percaya bahwa mereka dapat melakukan pembelian yang memuaskan dengan memilih merek-merek terkenal dan juga mengurangi risiko pembelian lebih rendah.

Bagi kebanyakan perusahaan, banyak cara yang digunakan untuk membedakan produk yang dihasilkannya dengan produk perusahaann lain agar konsumen tidak merasa bingung pada saat membeli adalah dengan menggunakan merek pada produknya. Selain sebagai tanda pengenal, merek juga mempunyai fungsi lain seperti simbol perusahaan agar citranya yang baik, pertahanan terhadap persaingan memperoleh kesetiaan konsumen dengan merek yang bagus dan berkualitas, konsumen tidak merasa bingung untuk membeli barang yang sama. Merek yang berkualitas bagus dapat menumbuhkan minat beli konsumen terhadap suatu produk (Kotler, 2008).

Berdasarkan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya bahwa adanya keterkaitan yang erat antara atribut produk yang terdiri dari merek dan desain dengan minat beli konsumen. kesan merek yang diberikan oleh perusahaan mengenai gambaran suatu desain produk dengan membangun

karakter desain produk yang berbeda dengan produk pesaing, agar desain produk tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli serta dapat memberikan citra yang positif di benak konsumen. Hal ini akan memberikan citra mereka yang positif dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Pada saat ini konsumen cenderung ingin selalu mencoba hal-hal baru yang menurut pandangan mereka baik, sebelum melakukan pembelian konsumen memiliki banyak pertimbangan-pertimbangan dalam memilih produk yang cocok dan sesuai dengan kebutuhan. Salah satunya termasuk pada Toko utama shoes, Toko utama shoes adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan sepatu serta sepatu olahraga atau sepatu sport yang terletak di Jln. M. T. Haryono, Biawao, Kota Selatan., Kota Gorontalo. Toko Utama Shoes ini menawarkan berbagai macam jenis sepatu salah satunya sepatu olahraga Adiles, Nike, Adidas dll. Serta jenis pembayaran bisa melalui chas dan kredit. Salah satunya merek sepatu Ardiles, Ardiles merupakan salah satu merek sepatu olahraga yang dijual di Toko Utama Shoes. Perusahaan yang memproduksi sepatu merek Ardiles : PT ARDILES CIPTAWIJAYA. Jln Green Ville Complex AX no 27, Tanjung Duren Barat, Jakarta Barat 11510, Indonesia DKI Jakarta. PT GEMILANG JAYA ABADI merupakan produsen sepatu olahraga yang menjalankan kegiatan produksi berdasar pesanan dari perusahaan pemilik merek dagang terkenal seperti Kasogi, Ardiles, Ando dan lainnya yang diorientasikan ke pasar mancanegara.

Melihat fenomena ini perusahaan asing seperti Adidas, Nike, Puma, New balance merespons dengan baik permintaan pasar di bidang sepatu olahraga. Persaingan yang ketat pun terjadi sehingga para produsen berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang lebih unggul dari kompetitor untuk memuaskan para konsumen. Sehingga perusahaan *Ardiles* secara terus menerus melakukan inovasi baru dalam setiap pembuatan produk sepatunya. Agar setiap konsumen selalu merasa puas ketika membeli produk sepatunya, *Ardiles* suka merilis sepatu dengan bahan yang ringan dan elegan sehingga terkadang tidak terpikirkan oleh pelangganya.

Ardiles mempunyai gaya yang berbeda dalam mempromosikan setiap produknya. Selain menggunakan media, mensponsori klub-klub olahraga, membuka toko-toko di pusat perbelanjaan salah satunya di Toko Utama Shoes, *Ardiles* mempromosikan produk-produknya agar tetap digemari oleh kalangan luas, khususnya pecinta olahraga. maka semakin banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk tersebut.

Sasaran konsumen *Ardiles* tidak hanya masyarakat umum, tetapi juga siswa dan mahasiswa. *Ardiles* mencitrakan dirinya sebagai sepatu yang memiliki kualitas dan terpelajar sehingga cocok untuk kalangan siswa dan mahasiswa. Tidak sedikit siswa dan mahasiswa yang tertarik membeli sepatu *Ardiles* dan ingin menjadi pelanggan fanatik dari produk *Ardiles*. *Ardiles* berupaya menjaganya dengan melakukan promosi. *Ardiles* selama ini juga mempunyai citra yang cukup baik dari kalangan masyarakat, dengan hal

tersebut diharapkan mampu memberi pengaruh terhadap minat beli konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sepatu merek *Ardiles*.

Hasil penjualan merek sepatu *Ardiles* tiga bulan terakhir pada Toko Utama Shoes, menunjukkan bahwa:

Tabel 1.1: Penjualan Tiga Bulan Terakhir Tahun 2016

No	Jenis Penjualan	November 2016	Desember 2016	Januari 2017
1	Penjualan Chas	19.310.000	23.950.000	20.550.000
2	Penjualan Kredit	34.457.000	39.501.000	36.420.000

Sumber: Toko Utama Shoes (2017)

Berdasarkan data yang penulis peroleh dari Toko Utama Shoes, bahwa penjualan secara chas maupun kredit tiga bulan terakhir pada bulan Oktober penjualan merek sepatu *Ardiles* dengan total penjualan sebesar Rp. 19.310.000/Rp. 34.457.000, disini dapat dilihat penjualan chas pada bulan November lebih rendah dari penjualan kredit. Pada bulan Desember penjualan merek sepatu *Ardiles* dengan total penjualan sebesar Rp. 23.950.000/Rp. 39.501.000, disini kita dapat melihat pada bulan Desember penjualan merek sepatu *ardiles* meningkat tinggi dari bulan sebelumnya, karena dibulan ini adalah akhir penutupan tahun ada diskon yang diberikan penjual kepada konsumen. Dan pada bulan Januari penjualan merek sepatu *Ardiles* dengan total penjualan sebesar Rp. 20.550.000/Rp. 36.420.000, disini juga dapat dilihat ada penurunan penjualan dari bulan sebelumnya walau

selisihnya tidak begitu jauh karena kembalinya harga semula yang sebelumnya ada harga diskon.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Merek dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen Pada sepatu merek ardiles di Toko Utama Shoes”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Semakin banyak merek sepatu yang beredar di pasaran terutama jenis sepatu olahraga, sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat.
2. Perusahaan berusaha membangun merek dan desain dengan berbagai upaya, agar konsumen percaya bahwa produk mereka yang paling unggul.
3. Setiap merek berupaya menguasai pangsa pasar serta meningkatkan kelayakan konsumen terhadap produknya, dengan berbagai macam promosi.
4. Banyak konsumen lebih tertarik membeli sepatu merek luar negeri dibanding sepatu merek dalam negeri, karena sepatu merek luar negeri dinilai lebih berkualitas dan bergengsi.

5. Banyak faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam pembelian peralatan olahraga, salah satu diantaranya adalah merek dan desain.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka yang akan menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Merek berpengaruh terhadap Minat Beli pada sepatu merek ardiles di Toko Utama Shoes?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Minat Beli pada sepatu merek ardiles di Toko Utama Shoes?
3. Apakah Merek dan Desain Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli pada sepatu merek ardiles di Toko Utama Shoes?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Merek berpengaruh terhadap Minat Beli pada sepatu merek ardiles di Toko Utama Shoes.
2. Untuk mengetahui apakah Desain berpengaruh terhadap Minat Beli pada sepatu merek ardiles di Toko Utama Shoes.
3. Untuk mengetahui apakah Merek dan Desain berpengaruh Terhadap Minat Beli pada sepatu merek ardiles di Toko Utama Shoes.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah pengetahuan penulis di bidang pemasaran khususnya merek dan desain, disamping itu penulis di harapkan dapat mengetahui masalah yang di hadapi oleh pengusaha khususnya dibidang penjualan sepatu olahraga dengan mengaplikasikan teori-teori yang telah di peroleh di bangku kuliah. Dan sebagai referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian di harapkan dapat di gunakan sebagai dasar yang objektif dalam minat beli serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan di lakukan oleh pengusaha khususnya dibidang penjualan sepatu di masa yang akan datang. serta diharapkan pula mampu memberikan masukan-masukan yang berharga bagi penjualan merek sepatu *Ardiles di toko Utama shoes* tersebut, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan dan mengembangkan kebijakan yang berhubungan dengan merek dan desain agar terus selalu di percaya konsumen untuk selalu menggunakan produknya.