

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya teknologi dan informasi yang semakin cepat dan semakin modern adalah salah satu hal yang membawa dampak terhadap masyarakat yang menggunakannya. Cepatnya aliran berita yang di peroleh di setiap waktu dengan adanya perkembangan tersebut masyarakat mendapat banyak pengaruh dalam pola hidup sehari-harinya, terutama dalam hal *fashion*. Apalagi kalangan anak muda masa kini yang sangat faham akan *fashion* dan gaya berpakaian yang *stylish* karena dengan *fashion* tersebut akan menggambarkan diri dan kedudukan sosialnya. Mulai dari pucuk kepala sampai ujung kaki yang digunakan tersebut dapat menimbulkan kepercayaan diri dan kenyamanan. Sepatu adalah bagian *fashion* yang paling penting dalam peradaban masyarakat masa kini untuk di pakai setiap hari, baik dari sepatu resmi, santai (kasual), sepatu olahraga, sepatu kerja, sepatu sekolah dan lainnya. Nyamannya ketika memakai alas kaki guna melakukan kegiatan setiap hari perlu diperhatikan sebab melindungi kaki supaya stabil.¹

Sepatu sebagai komoditas yang paling disenangi dikalangan penduduk indonesia, baik anak-anak sampai orang dewasa seluruhnya memakai sepatu yang dimana hal ini yang harus diperhatikan agar tidak ketinggalan jaman. Rata-rata remaja yang tampil dengan mengenakan sepatu dengan gaya masa kini.² Banyaknya model sepatu dipasaran membuat konsumen semakin bebas memilih sepatu sesuai keinginan. Semakin meningkatnya persaingan di pasaran, bahwa perusahaan diminta dapat menyesuaikan kebutuhan dan keinginan pembeli. Perusahaan juga perlu berfikir apa saja yang akan jadi keperluan masyarakat bukan hari ini saja, namun perusahaan juga harus memikirkan kebutuhan yang

¹ Haris Maupa, dkk, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar", *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika)* 16, No. 2, (2019):136-137

² Ratih Widya Lestari, dkk, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya", *Jurnal Ilmu dan Riset manajemen* 9, No. 7, (2020): 2

akan digunakan dimasa yang akan datang. Semakin meningkatnya tujuan untuk memenuhi keinginan masyarakat, maka akan timbul industri baru yang memiliki niat untuk melengkapi kebutuhan konsumen juga. Yang nantinya perusahaan tersebut akan menawarkan kelebihan-kelebihan produk yang di ciptakannya. Perusahaan juga perlu lebih hati-hati dalam memerhatikan keperluan dan cita-cita calon konsumen dalam hal guna menjaga kelangsungan hidup perusahaan hingga akhirnya siap untuk melawan persaingan pasar.³ Perusahaan sepatu bersaing mempromosikan produk sepatunya dengan memberikan kelebihan sesuai dengan keinginan konsumennya. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen biasanya mempertimbangkan sepatu model apa yang akan mereka beli. Bagi Kotler dan Amstrong keputusan pembelian konsumen merupakan membayar dengan merek yang sangat diminati dari beberapa pilihan yang ditawarkan. Ada dua ciri antara ada niat untuk membeli dan keputusan pembelian.⁴

Ciri kesatu adanya perbuatan dari orang lain, dan ciri dua yaitu situasional. Ciri-ciri keputusan pembelian 1). Konsumen membeli produk sesuai dengan apa yang dibutuhkan, 2) Produk yang akan dibeli memberikan manfaat yang optimal, 3) Sudah terjamin mutunya, 4) Harga yang diberikan sesuai dengan kemampuan konsumen. Unsur yang menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian yaitu pemikiran dari seseorang konsumen seperti gaya hidup, kepribadian konsumen, perilaku konsumen dan motivasi. Selain itu ada pengaruh dari lingkungan seperti budaya, dan kelas sosial.⁵ Keputusan pembelian suatu perilaku seseorang untuk meneruskan atau tidak untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk setelah konsumen melalui tahap sebelumnya dengan mengenali masalah, mencari informasi

³ Miftakul Jannah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dewi Hijab”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, No 4, (2017): 2

⁴ Santri Zulaicha & Rusda Irawati, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”, *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 4, No. 2, (2016): 126

⁵ Dwi Hurriyati, Desy Arisandy, “Perilaku Konsumen Mobile Internet Dalam Penggunaan Paket Layanan Unlimited”, *Jurnal Ilmiah PSYCHE*, 13, No.2, (2019): 139

melakukan penilaian dengan pilihan yang lain, kemudian keputusan pembelian, dan terakhir perilaku konsumen setelah melakukan pembelian.⁶

Di zaman modern ini sepatu tidak menjadi alas kaki saja, namun juga menjadi sebuah tren *fashion*. Laki-laki dan wanita dapat berpenampilan modis dan kekinian dengan berkembangnya tren *fashion* sepatu yang memunculkan model yang bermacam-macam. Salah satu sepatu yang meramaikan pasar *fashion* yaitu sepatu buatan finaldo. Perusahaan harus berkompetisi dalam merancang suatu produk yang akan di pasarkan supaya konsumen terdorong untuk membayar produk yang nanti akan dibeli. Berikut data yang diperoleh dalam top model award 2019 dan 2020:

Tabel 1. 1 Data Top Award Penjualan Produk Finaldo

Jenis produk	2019	2020
Sepatu mokasin	150	160
Sepatu kasual	135	148
Sepatu kets	127	132
Sepatu pantofel	121	130

Sumber : Wawancara produk sepatu mokasin pada tanggal 15 september 2020

Dari data di atas bisa dilihat bahwa sepatu mokasin memperoleh top teratas. Hal ini yang membuat peneliti ingin mengetahui mengapa sepatu mokasin memperoleh peringkat teratas dan menjadi daya tarik konsumen. Desa Suwaduk merupakan sentra kerajinan kulit. Maka dari itu produsen sepatu tidak hanya satu saja, melainkan banyak. Rata-rata mereka memproduksi sepatu kulit berjenis pantofel dan kasual. Hal yang menarik dari Finaldo ini yaitu dari banyaknya produsen sepatu di Wedarijaksa, yang bisa memproduksi sepatu mokasin hanya Finaldo saja. Finaldo ini merupakan produsen sekaligus memiliki outlet untuk menjual produknya sendiri. Finaldo merupakan merk sekaligus nama usaha yang sudah paten dan memiliki surat izin usaha dagang, tanda daftar perusahaan, dan masih banyak lagi yang menunjukkan bahwa produk finaldo benar-benar *brand* atau

⁶ Netty Laura.S, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening, *Journal Of Management and Business Review*, 14, No.2, (2017): 262

merk lokal yang sudah terdaftar dan untuk melindungi produk agar terhindar dari pembajakan. Sebab, kulit yang digunakan finaldo ini benar-benar kulit sapi asli 100%.

Mocassin atau mokasin merupakan macam sepatu tanpa hak yang diciptakan dari bahan kulit berkualitas lembut. Telapak sepatunya dibuat lentuk dan bagian atas sepatu umumnya dihiasi beraneka macam detail seperti manik-manik, sulaman, bordiran ataupun ornamen lainnya. Mokasin ini merupakan sepatu bermodel simple. Selain simple, sepatu mokasin ini aman di kaki sebab bahannya menyerap keringat di kaki dan juga tidak akan menimbulkan bunyi saat berjalan. Atribut yang sangat mudah ditemukan dalam mengenal sepatu mokasin yaitu tampaknya sulaman pada bagian atas sepatu, diawali dari pucuk sebelah kanan hingga ujung kiri yang semua ujungnya berakhir tepat didepan pergelangan kaki. Bahan kulitnya lebih ke jenis kulit *suede* dan sangat ringan jika dipakai.⁷

Moccasins sejarahnya berawal dari kata *makasin powhattan* (bahasa *algonquian*) dan dari kata *proto-algonquian* yang merupakan *maxkenseri* dan mempunyai arti alas kaki (sepatu). *Moccasins* atau mokasin ini mula-mula diciptakan oleh suku Indian Amerika Utara jelasnya suku Algonquian yang ada di wilayah Subartic timur Kanada. Dahulu sepatu mokasin selalu dipakai oleh para pemburu, pengembara, serta pedagang. Namun berjalannya pertambahan waktu, sepatu mokasin ini jadi gaya ikon setiap hari bagi anak muda.⁸

Sebelum pelanggan melakukan keputusan pembelian sepatu di finaldo, ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan oleh pelanggan biasanya terletak pada kualitas produk dan harga pada perusahaan tersebut. Kualitas produk adalah suatu produk yang memiliki sifat dan karakteristik yang bergantung pada kemampuannya guna memenuhi

⁷Admin, “mengenal sepatu jenis mokasin”, <https://macamsepatu.wordpress.com/mengenal-macam-sepatu/> diakses pada 2 Oktober 2020

⁸ Ika Fibriyaningsih, “macam-macam sepatu dan sejarahnya”, <https://kakakdotfifi.wordpress.com/macam-macam-sepatu-dan-sejarahnya/> diakses pada 2 Oktober 2020

keperluan dan cita-cita konsumen.⁹ Apabila produk yang diajukan oleh perusahaan mempunyai kualitas yang bagus, maka keputusan pembelian konsumen akan bertambah banyak. Dan apabila produk yang diusulkan oleh perusahaan memiliki kualitas yang jelek, maka keputusan pembelian konsumen akan berkurang. Melainkan kualitas produk, harga juga bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Harga yakni atribut paling penting yang menjadi pertimbangan sebagian besar konsumen ketika akan membeli, sehingga perusahaan harus memperhatikan hal tersebut dalam menentukan sikap konsumen. Di Indonesia biasanya para pembeli lebih memilih produk dengan harga yang bisa dijangkau namun mempunyai kualitas yang bagus. Apalagi untuk konsumen yang berpenghasilan rendah, harga akan semakin dipertimbangkan.¹⁰ Semakin tinggi harga produk, maka permintaan suatu produk akan semakin menurun. Sebaliknya, ketika harga produk semakin murah, maka permintaan suatu produk akan bertambah meningkat.

Dari pemaparan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Kemudian untuk selanjutnya, penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Mokasin di UD. Finaldo”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo?

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), 143

¹⁰ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), 25

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo.

D. Manfaat Peneliti

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini memiliki nilai manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi akademis
 - 1) Dapat digunakan sebagai bahan kajian akademik yang dibutuhkan oleh mahasiswa lain dalam mengembangkan penelitian yang memiliki tema yang sama dengan penelitian ini.
 - 2) Dapat memberikan daya pacu bagi pembaca dalam melakukan kajian ilmiah dan pelaporannya dengan lebih baik.
 - b. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambahkan dan memperbanyak pemahaman dan ilmu pengetahuan dalam menerapkan ilmu strategi pemasaran, dan belajar perihal implementasi teori yang telah penulis dapatkan ketika proses pendidikan, dan realitas di lapangan mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dalam melakukan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti

Bermanfaat dalam pemahaman dan pengembangan teori yang didapatkan dari perkuliahan dan mengembangkan kembali dalam penelitian yang akan dilakukan untuk membantu meningkatkan usaha yang diteliti.
 - b. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan usaha yang lebih luas.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagian awal
Bagian awal ini terdiri dari: halaman judul, lembar pengesahan proposal, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.
2. Bagian utama
Bagian utama ini terdiri dari lima bab, yaitu:
 - a. Bab 1 (Pendahuluan)
Bab ini terdiri dari latar belakang permasalahan, sehingga didapati rumusan masalah, serta tujuan penulisan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
 - b. Bab 2 (Landasan Teori)
Bab ini memaparkan tentang deskripsi teori, membandingkan dengan penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis penelitian.
 - c. Bab 3 (Metode Penelitian)
Bab ini menjabarkan metode yang dipakai di penelitian, jenis dan pendekatannya, tempat penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, pengidentifikasian variabel, variabel operasional, teknik yang digunakan mengumpulkan informasi, dan teknik analisis data.
 - d. Bab 4 (Hasil penelitian dan pembahasan)
Bab ini menjelaskan hasil penelitian dengan memberikan gambaran objek penelitian serta analisis data (uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat, dan uji hipotesis). Bab ini juga diberi pembahasan dan diberi teori dan penelitian lain
 - e. Bab 5 (penutup)
Pada bab ini akan berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian penulis, serta saran-saran.
3. Bagian akhir
Pada bagian akhir akan berisi daftar pustaka dan berbagai lampiran.