

BAB 1

PENDAHULUAN

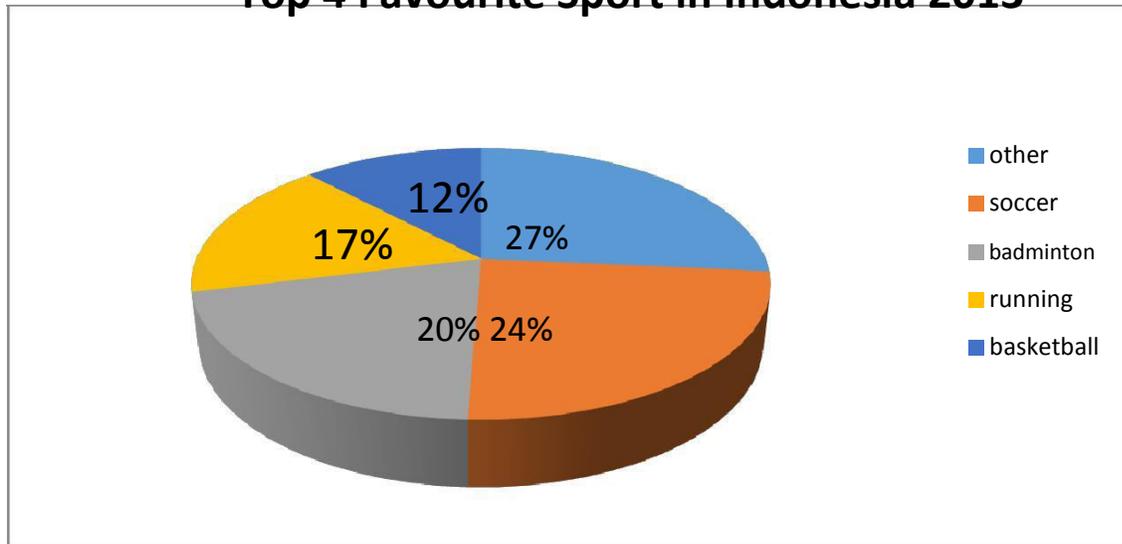
1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang membuat perubahan di dalam dunia bisnis maka konsumen menuntut suatu produk yang dapat memenuhi keutuhan, keinginan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan persaingan yang ketat bagi perusahaan-perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen yang semakin kompleks. Selain itu, di dalam situasi pemasaran peranan kualitas produk, harga produk akan semakin besar bagi *image* perusahaan. Sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian di bidang olahraga kini semakin berkembang hal ini di sebabkan karena meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga masyarakat. Meningkatnya minat itu dapat kita lihat dari munculnya arena - arena bermain dan olahraga seperti taman, lapangan basket, lapangan sepak bola, jogging track, lapangan Badminton, dan masih banyak yang lain. Olah raga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern masa kini, karena bisa membuat tubuh menjadi sehat, dan mengurangi resiko dari berbagai macam penyakit, serta menjadi kegiatan untuk melakukan hobby dan menghabiskan waktu luang.

Adidas melakukan brand extesion dan untuk meluaskan lini produknya ke olahraga Badminton yang berpusat di Hongkong pada tahun 2011. Produk Adidas Badminton memang belum populer dan belum dikenal banyak orang dibandingkan dengan merek Badminton yang lain. Namun setelah brand Adidas merekrut Victor Axelsen sebagai brand abasador mereka, produk Adidas mulai dikenal banyak orang.ini semua dikarenakan Victor Axelsen merupakan pemain Badminton muda asal Eropa yang memiliki prestasi yang baik dan dikenal oleh banyak orang di dalam dunia Badminton.

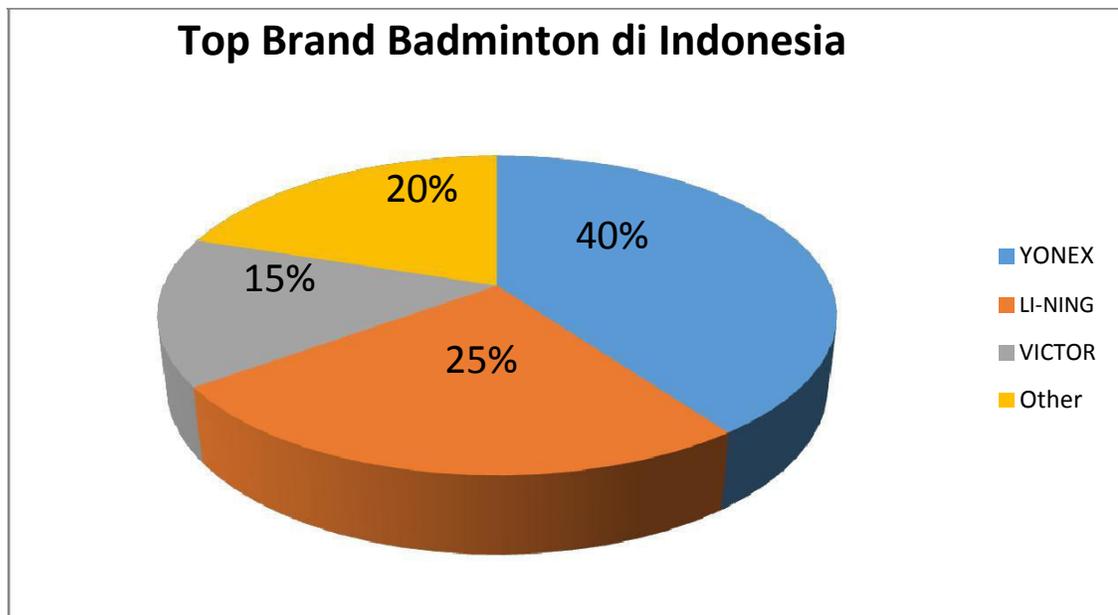
Top 4 Favourite Sport in Indonesia 2013



Gambar 1.1 TOP 4 Favourite Sport di Indonesia

Sumber: PT. Adimitra Anugrah (2013)

Menurut Gambar 1.1 4 olahraga terfavorite di Indonesia adalah soccer (24%), badminton (20%), running(17%), dan basketball(12%). Melihat peluang yang besar di dalam bidang badminton di Indonesia maka pada tahun 2013 Adidas Badminton mulai menjual dan mendistribusikan produknya di Indonesia melalui PT Adimitra Anugrah yang merupakan distributor resmi dari Adidas Badminton di Indonesia. Dimana Badminton merupakan peringkat kedua olahraga paling digemari di Indonesia sehingga hal ini membuat Adidas Badminton mau bekerjasama dengan PT Adimitra Anugrah.

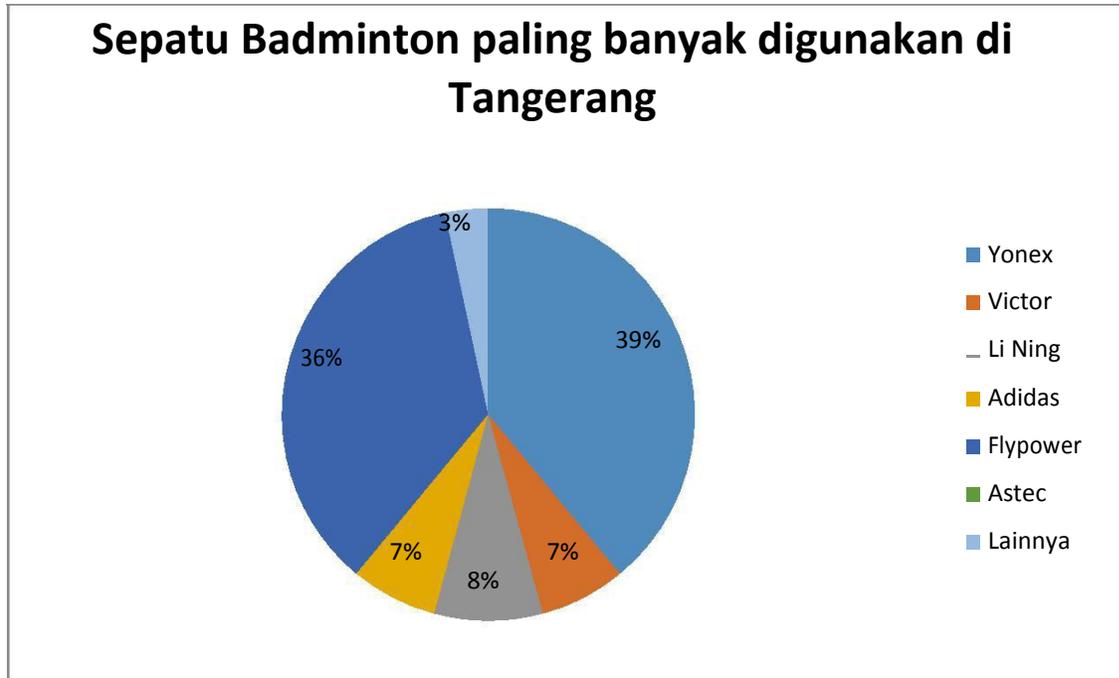


Gambar 1.2 TOP Brand Badminton di Indonesia

Sumber: PT. ADIDAS Badminton (2013)

Menurut Gambar 1.2 menunjukkan bahwa Yonex merupakan brand Badminton paling digemari di Indonesia (40%) dan yang kedua adalah Li-ning (25%) serta yang ketiga adalah Victor (15%). Dan Adidas masih belum tergolong *Brand* Badminton yang di gemari oleh Penggemar Badminton di Indonesia karena Adidas Badminton masih tergolong baru dan belum di ketahui oleh banyak orang.

Didalam berolahraga Badminton seseorang tidak lepas dari Sepatu Badminton untuk menunjang kegiatan berolahraganya. Ada beberapa merek Sepatu Badminton yang sangat populer di Indonesia antara lain ada Yonex, Li-ning, Victor, Flypower, dan merek lainnya. Merek-merek tersebut selalu bersaing untuk membuat konsumen membeli produk mereka.



Gambar 1.3 Sepatu Badminton Paling Banyak Digunakan Di Tangerang

Sumber : Penullis (2017)

Menurut Gambar 1.3 menunjukkan bahwa Yonex merupakan brand Badminton paling banyak digunakan di Tangerang dengan presentase sebesar (39%) dan yang kedua adalah Flypower (36%) serta yang ketiga adalah Li Ning (8%). Dan yang keempat ada Adidas dan Victor yang nilai presentase masing masing sebesar (7%), lalu Brand lainnya selain kelima Brand di atas sebesar (3%). Data tersebut peneliti dapatkan dari hasil penyebaran kuisisioner secara acak terhadap 59 responden yang bermain Badminton di Tangerang. Hasil kuisisioner ini membuktikan masih terdapat masalah di dalam pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang di mana hanya sebesar (7%) pemilihan keputusan Pembelian konsumen terhadap pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang.

Kualitas suatu produk menjadi salah satu daya tarik masyarakat, oleh karena itu brand-brand tersebut berusaha keras untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Adidas adalah salah satu brand yang sangat mengutamakan pentingnya kualitas produknya sehingga Adidas bisa menjadi *brand* yang kuat dan digemari oleh banyak orang. Menurut Kotler dan Keller (2012), produk adalah sesuatu yang ditawarkan

kepasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Definisi dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya Kotler & Armstrong (2012). Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa

ADIDAS merupakan salah satu perusahaan produsen sepatu olahraga terbesar di dunia yang sangat memahami pentingnya kualitas sepatu dalam berolahraga, sehingga ADIDAS hanya memproduksi sepatu-sepatu yang berkualitas baik, nyaman, aman, dan ringan saat digunakan karena bahan sepatunya yang berkualitas. Hal ini menjadi keunggulan bagi Sepatu Badminton ADIDAS. Selain dari kualitas Sepatu Badminton Adidas harga pun dipertimbangan dalam keputusan pertimbangan pembelian. Harga merupakan nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki dan menggunakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. menurut Kotler dan Armstrong (2012) *“Prices should reflect the value consumers are willing to pay versus prices should reflect only the cost of making a product or delivering a service.”* yang berarti harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya bagi konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman

(belajar), serta pengaruh lingkungannya. Berbagai interpretasi dan persepsi tentang harga tersebut menimbulkan pengaruh yang berbeda-beda pada perilaku konsumen. Konsumen mempunyai beberapa penilaian berbeda tentang harga produk, harga yang ditetapkan di atas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang mahal, sementara harga yang ditetapkan di bawah harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang murah. Harga sepatu yang ditawarkan oleh Adidas Badminton dapat dikatakan seimbang dengan produk yang didapatkan oleh konsumen. Harga sepatu Adidas Badminton relatif mahal disebabkan karena sepatu Adidas Badminton di produksi menggunakan bahan yang sangat berkualitas, dengan melalui berbagai macam proses pembuatan sehingga kekuatan dan kenyamanan sepatu ini sudah terjamin. Selain itu Sepatu Badminton ADIDAS memiliki design yang elegan dan inovatif yang membuat sepatu ini terlihat mewah dan berkelas, semakin membuat sepatu ini memiliki perbandingan yang lurus antar kualitasnya dan harga yang cukup mahal. Hal ini menjadi penting bagi perusahaan untuk memperhatikan harga produknya agar dapat bersaing dengan perusahaan Sepatu Badminton lainnya sehingga diharapkan perusahaan Adidas Badminton dapat memenangkan persaingan karena penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produknya, hal ini diperkuat dari survei yang saya lakukan.

Selain kualitas produk dan harga, memiliki citra merek (*brand image*) yang kuat merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan. Karena citra merek merupakan aset perusahaan yang sangat berharga. Dibutuhkan kerja keras dan waktu yang lama serta kualitas yang baik dari produk untuk membangun reputasi dan citra suatu merek. Citra merek yang kuat dapat mengembangkan citra perusahaan dengan memberikan nama yang baik bagi perusahaan. Dan menurut Kotler & Keller (2012) mendefinisikan *brand image* sebagai "*The perceptions and beliefs held by consumers , as reflected in the associations held in consumer memory .*" Hal ini dapat diartikan sebagai persepsi dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen, yang tercermin atau melekat dalam benak dan memori dari seorang konsumen sendiri. Persepsi ini dapat terbentuk dari informasi atau pengalaman masa lalu konsumen terhadap merek tersebut. Sehingga Citra merek ini akan membantu mengiklankan kualitas dan besarnya perusahaan, begitupun sebaliknya citra perusahaan memberikan pengaruh pada brand image dari produknya yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. hal

ini berlaku juga pada brand Adidas Badminton. Dimana, Adidas merupakan Brand sudah sangat terkenal didalam dunia olahraga khususnya didalam memproduksi sepatu olahraga. Sehingga hal ini menjadi salah satu keunggulan dari Adidas untuk melakukan brand extension di dalam olahraga Badminton. Berdasarkan latar belakang, penelitian ini berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu Adidas Badminton, yang meliputi kualitas produk, harga, dan citra merek. Sehingga peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Badminton di Tangerang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Identifikasi masalah yang dibahas dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang?
2. Bagaimanakah pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang?
3. Bagaimanakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk, harga, citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang.
2. Untuk mengetahui harga produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang.
3. Untuk mengetahui citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang.

4. Untuk mengetahui kualitas produk, harga, citra merek secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi PT Adimita Anugrah
Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian.
2. Manfaat Bagi Peneliti
Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.
3. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada menganalisis pengaruh antara kualitas produk, harga produk, citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Badminton di Tangerang.

Penelitian dilakukan pada 3 Hall Badminton di Tangerang. Yaitu: 1. Hall Saratoga 2. Hall Kunir 3. Hall Jayaraya Bintaro

Keterbatasan dalam melakukan penelitian ini adalah peneliti sulit untuk menemukan data penjualan Brand Badminton lain, untuk di bandingkan dengan data penjualan Adidas Badminton

