

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang Masalah**

Masyarakat Indonesia dengan tingkat keanekaragaman yang kompleks seringkali disebut dengan masyarakat multikultural. Dengan multikulturalisme inilah yang membuat setiap daerah memiliki keberagaman masing-masing. Saat ini, masalah kesehatan pada individu sedang meningkat karena kurang olahraga dan aktivitas fisik, seperti mesin melakukan sebagian besar pekerjaan, yang membuat aktivitas tubuh penting secara individual. Di sisi lain, lewat acara olahraga, banyak orang terlibat dengan olahraga secara langsung atau tidak langsung, baik dengan aktif tampil atau dengan menonton olahraga.

Melihat perkembangan olahraga di Indonesia yang berkembang semakin baik, hal menjadi peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnis mereka dibidang olahraga. Fenomena ini membuat tingkat persaingan bisnis dibidang olahraga berjalan semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya merek sepatu olahraga yang dijual di beberapa toko olahraga di Kebumen seperti merek Asics yang banyak digunakan pemain khususnya di daerah Kebumen.

Kehadiran sepatu merek Asics bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para pecinta olahraga dibidang. ASICS, singkatan dari Latin “Anima Sana In Corpore Sano” yang berarti “Jiwa yang Sehat dalam Tubuh yang Sehat,” adalah merek ternama yang dikenal secara global dalam dunia olahraga dan

aktivitas fisik. Sejak didirikan pada tahun 1949 di Kobe, Jepang, ASICS telah menjadi simbol keunggulan dalam desain dan produksi sepatu olahraga, pakaian, serta perlengkapan dan aksesoris yang inovatif. Pada tahun 1977, merek ASICS diperkenalkan secara resmi, menggantikan merek Onitsuka Tiger. ASICS terus meluncurkan berbagai inovasi terkemuka, seperti teknologi GEL pada pertengahan 1980-an. Teknologi ini memadukan bantalan gel dalam sepatu untuk meningkatkan absorpsi kejutan dan meningkatkan kenyamanan bagi para pelari.

Lahirnya ASICS berawal karena Onitsuka Tiger melakukan merger dengan dua perusahaan sepatu berbeda, membuat nama merek ini tidak lagi digunakan. Namun, setelah beberapa waktu ASICS memutuskan untuk kembali memperkenalkan merek Onitsuka Tiger dengan memanfaatkan trend sneaker klasik dari sepatu olahraga terdahulu. Kemudian mereka membuat perubahan pada potongan, warna dan konstruksi untuk menghadirkan remodel dari Mexico 66, California 78 dan Nippon Made. Keberhasilan ASICS tak hanya tercermin dalam produk-produknya, tetapi juga dalam dukungan dan kemitraannya dengan atlet dan tim olahraga terkemuka. ASICS menjadi merek pilihan banyak atlet elit di berbagai cabang olahraga, termasuk voli. Kolaborasi dengan atlet terkenal seperti Novak Djokovic, Emma Coburn, dan Iga Swiatek telah memperkuat citra ASICS sebagai merek yang diandalkan dan terpercaya di dunia olahraga.

Saat ini sepatu olahraga voli merek Asics sedang populer dan banyak digunakan pada pemain di Kebumen. Fenomena ini didapat dari peneliti

melakukan observasi dilapangan, kebanyakan yang melakukan aktivitas olahraga khususnya olahraga voli di Kebumen memakai sepatu voli merek Asics. Fenomena lain terkait banyaknya pengguna sepatu voli merek Asics saya dapatkan berdasarkan pengalaman saya dalam bidang menjadi wasit dalam beberapa pertandingan voli. Berdasarkan observasi dilapangan selama saya menjadi wasit voli diKebumen, kebanyakan saya cermati banyak yang menggunakan sepatu voli merek Asics. Saya sering dilibatkan dalam pertandingan voli diKebumen untuk memimpin menjadi wasit karena saya merupakan wasit yang sudah memiliki lisensi resmi, sehingga saya memahami fenomena dilapangan terkait dengan banyaknya pengguna sepatu voli merek Asics diKebumen. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam lagi di era ketatnya persaingan pemasaran khususnya pada olahraga voli. Banyak produk-produk lain seperti Mizuno, ortus, Adidas, Nike yang merupakan saingan dari merek Asics, namun produk Asics mampu bersaing.

Asics Corporation adalah produsen perlengkapan olahraga Jepang yang beroperasi secara global. Tujuan mereka adalah menciptakan gaya hidup berkualitas melalui teknologi olahraga cerdas. Berdasarkan fenomena penjualan Sepatu merek Asics, menunjukkan bahwa respon Masyarakat khususnya pecinta bola voli memiliki respon yang tinggi untuk membeli produk merek Asics. Fenomena ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi terkait faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian Sepatu olahraga merek Asics diKebumen. Keputusan pembelian

merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan.

Menurut Kotler dan Keller (2015: 141), tindakan konsumen pasca pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Tjiptono (2012: 193), keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Proses keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah pencarian informasi, evaluasi *alternative*, pembelian, kepuasan konsumen. Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian akan memberikan pengetahuan kepada pemasar bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang lebih baik.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti melakukan mini riset secara terbuka terkait faktor yang diduga mempengaruhi keputusan membeli produk sepatu olahraga merek Asics.

**Tabel 1-1**  
**Hasil Mini Riset Keputusan Pembelian**

No	Nama Variabel	Alasan	Jumlah	Prosentase
1	Kualitas Produk	Kualitas sepatu baik dan tidak kalah dengan produk lain	11	32%
2	Keragaman Prouk	Banyak pilihan model dan corak warna	9	26%
3	Harga	Harga sesuai dengan kualitas, harga masih terjangkau	9	26%
4	Citra merek	Karena percaya kualitas merek sepatu Asics	3	8%
5	<i>Word Of mouth</i>	Rekomendadi dari teman	3	8%
Jumlah			35	100%

*Sumber : Data Miniriset Tahun 2024*

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil variabel penelitian sesuai dengan kondisi fenomena yang terjadi pada keputusan pembelian pembelian sepatu merek Asics dan didukung dengan data hasil mini riset prosentase tertinggi yang mempengaruhi keputusan pembelian sepatu merek Asics diKebumen yaitu variabel kualitas produk dengan 40%, keragaman produk dengan perolehan prosentase 31%, dan harga 29%. Berdasarkan fenomena dan hasil mini riset diatas maka peneliti tertarik meneliti lebih dalam lagi mengenai ketiga variabel tersebut.

Banyak faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian pada sepatu merek Asics dikebumen, salah satunya yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu

kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat dikaitkan pada fenomena kualitas produk sepatu merek Asics. Sepatu Asics memiliki kualitas produk yang baik, dari mulai keawetan kualitas sepatu, bahan sepatu yang lentur nyaman untuk digunakan.

Selain kualitas produk, faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu keragaman produk. Menurut Kotler (2015:358), keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang ditawarkan perusahaan untuk dijual oleh penjual tertentu. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat dikaitkan pada fenomena keragaman produk sepatu merek Asics. Sepatu Asics memiliki berbagai keragaman produk pilihan, dari mulai pilihan desain, pilihan warna, pilihan motif corak yang membuat konsumen dengan mudah untuk memilih sesuai dengan yang diinginkan.

Selain keragaman produk dan kualitas produk, faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 52), didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran. Harga sering dikaitkan dengan kualitas suatu produk, apabila harga tidak sesuai dengan kualitas suatu produk maka akan mempengaruhi

keputusan konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat dikaitkan pada fenomena harga sepatu merek Asics. Sepatu Asics memiliki harga yang bervariasi. Harga sepatu merek Asics terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan uraian fenomena latar belakang diatas maka penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Olahraga Voli Merek Asics di Kebumen”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Meningkatkan keputusan pembelian merupakan hal kunci yang harus diupayakan oleh semua organisasi bisnis, karena keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Berdasarkan hal tersebut, maka pertanyaan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen?

4. Apakah kualitas produk, keragaman produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen secara simultan?

### 1.3. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dibatasi pada konsumen yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen.
- b. Penelitian ini dibatasi pada variabel
  - a. Keputusan pembelian (Y)

Menurut Tjiptono (2016), keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016), yaitu:

- 1) Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
- 2) Kebiasaan dalam pembelian barang atau jasa.
- 3) Merekomendasikan kepada orang lain.
- 4) Melakukan pembelian berulang.

b. Kualitas produk ( $X_1$ )

Menurut Kotler dan Armstrong (2016), 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. Menurut Kotler dan Keller (2012: 8-10), kualitas produk dibatasi pada indikator antara lain:

- 1) *Performance*
- 2) *Reliability*
- 3) *Feature*
- 4) *Durability*
- 5) *Conformance*
- 6) *Design*

c. Keragaman produk ( $X_2$ )

Menurut Kotler (2015:358), keragaman produk adalah kumpulan produk dan barang yang ditawarkan perusahaan untuk dijual oleh penjual tertentu. Menurut Philip Kotler (2015:364), keragaman produk dibatasi pada indikator sebagai berikut:

- 1) Variasi merek produk
- 2) Variasi kelengkapan produk
- 3) Variasi ukuran produk.
- 4) Variasi kualitas produk.

d. Harga ( $X_3$ )

Menurut Fandy Tjiptono (2015), harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing dan perubahan keadaan pasar untuk mengetahui indikator variabel harga yang sesuai

Indikator-indikator persepsi harga yang dilakukan dalam penelitian ini menurut Fandy Tjiptono (2015), harga dibatasi pada indikator antara lain:

- 
- a. Keterjangkauan harga
  - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
  - c. Daya saing harga
  - d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan dari peneliti ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen.
2. Mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen.

3. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada sepatu olahraga voli merek Asics di Kebumen secara simultan.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik terhadap ilmu pengetahuan yang selalu berkembang. Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.5.1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya manajemen pemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh kualitas produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Bagi peneliti, sebagai wahana latihan pengembangan kemampuan dan penerapan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

#### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi manajemen produk Asics dalam mengembangkan strategi menghadapi persaingan, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang.