

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sneakers telah menjadi fenomena yang merajalela di Indonesia, digunakan oleh berbagai kalangan tanpa memandang usia atau jenis kelamin. Budaya sneakers ini berkembang pesat di Indonesia berkat adanya pengaruh globalisasi dan kehadiran produsen asing yang memasok pasar sepatu Indonesia dengan berbagai model sneakers. Fenomena ini telah menjadi gaya hidup yang umum di Indonesia, di mana semakin banyak jenis dan varian sneakers tersedia di pasaran, menawarkan berbagai nilai tambah seperti sejarah, teknologi, dan kolaborasi. Minat konsumen Indonesia, memberikan nilai tambah pada identitas diri mereka. Seiring berjalannya waktu tentang fenomena sneakers yang merajalela hingga saat ini, tidak hanya produsen sepatu sneakers asing yang ada di Indonesia, produsen lokal pun juga ikut bersaing untuk mendapatkan hati konsumennya dengan berbagai merek sepatu sneakers asli buatan Indonesia. Hal tersebut membuat produsen sepatu sneakers di Indonesia harus mampu bersaing dengan cara meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

Sepatu kini menjadi salah satu fashion yang dianggap penting oleh kebanyakan orang. Selain sebagai alat pelindung kaki kini sepatu juga banyak digunakan orang sebagai fashion yang bertujuan untuk menambah rasa percaya diri ataupun sebagai sarana pelengkap dalam berpakaian. Kebanyakan remaja selalu tampil dengan sepatu yang trend

saat ini, seperti sepatu sneakers. Sepatu sneakers saat ini tidak hanya digunakan dikalangan remaja, namun juga digunakan oleh kalangan dewasa hingga orang tua, sepatu sneakers tidak hanya digunakan untuk jalan-jalan dan olah raga saja namun sekarang juga sudah umum digunakan untuk sekolah, kuliah, bahkan bekerja baik di lingkungan formal maupun non formal. Berbagai merek sepatu sneakers lokal yang sering digunakan oleh remaja saat ini, seperti piero, ventela, league, compass dan lain-lain.

Salah satu produsen sepatu lokal yang terus melakukan inovasi pada produknya adalah produsen sepatu piero. Perusahaan sepatu merek Piero sudah berdiri sejak tahun 1999. Asal sepatu piero tercipta berawal dari seorang laki-laki yang bernama Djimanto kelahiran Yogyakarta yang membeli pabrik sepatu Star Moon. Pabrik sepatu Star Moon tersebut mengalami krisis moneter dan masuk kedalam BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional) dan pabrik sepatu Star Moon juga menjadi sitaan oleh BPPN. Maka dari itu Djimanto membeli pabrik sepatu Star Moon guna menyelamatkan para pekerja awalnya (abyadscreenprinting.com 21 Oktober 2020).

Namun seiring berjalannya waktu perusahaan Star Moon berganti nama yang awalnya tercipta dari kata yang sering dikeluarkan oleh Djimanto itu sendiri. Awal kata piero berasal dari bahasa jawa yaitu kata “URIP” yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia memiliki arti “HIDUP”. Tercipta menjadi piero berawal dari salah satu direktur dari

perusahaan tersebut yang mendapatkan sebuah ide untuk mengganti nama perusahaan yang semula Star Moon menjadi URIP, karena Djimanto pemilik perusahaan sering menyebutkan kata URIP. Namun hal tersebut dinilai kurang menjual oleh pemiliknya.

Piero merupakan merek sepatu lokal buatan Indonesia yang sudah beredar selama lebih dari 20 tahun. Memiliki desain yang simpel, orisinal, serta progresif menjadi daya tarik sepatu lokal tersebut. Salah satu keunggulan dari sepatu piero adalah memiliki sol yang sangat ringan dan nyaman. Sehingga sangat cocok untuk pengguna yang terus aktif bergerak dan sering mengeksplorasi hal baru.

**Tabel 1. 1**  
**Penjualan sepatu piero tahun 2020-2023**

No	Tahun	Presentase Penjualan (%)
1	2020	76%
2	2021	65%
3	2022	82%
4	2023	78%

*Sumber: pieroindonesia.com*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan penjualan pada tahun 2020 sepatu Piero dengan jumlah presentase 76%, kemudian pada tahun 2021 mengalami penurunan dengan jumlah presentase 65%, lalu mengalami peningkatan yang signifikan di tahun 2022 dengan jumlah presentase 82%, dan di tahun 2023 mengalami penurunan penjualan dengan presentase 78%. Dari data table di atas dapat disimpulkan penjualan sepatu piero mengalami kenaikan dan penurunan atau tidak tetap setiap

tahunnya.

Di zaman modern ini dipenuhi dengan berbagai macam produk, melimpahnya produk-produk lengkap atau pengganti menunjukkan bahwa bukan hanya produk lainnya yang menjadikan konsumen untuk memutuskan pembelian. Oleh karena itu untuk memperkuat pemilihan variabel yang diteliti, peneliti juga melakukan observasi pada pengguna sepatu Piero di Kabupaten Kebumen dengan mengajukan pertanyaan kepada 35 orang responden. Dalam observasi ini satu responden diminta mengisi satu jawaban terkait alasan membeli dan menggunakan sepatu piero. Berikut hasil observasi penulis dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. 2**  
**Hasil Observasi Pengguna Sepatu Piero di Kabupaten Kebumen**

No	Variabel	Jumlah Responden	Presentase
1	Desain Produk	5	14.3 %
2	Kualitas Produk	23	65.7 %
3	Word of mouth	1	2.85 %
4	Promosi	1	2.85 %
5	Citra Merek	5	14.3 %
Jumlah		35	100.0 %

*Sumber: Data Primer Diolah 2023*

Berdasarkan hasil observasi diatas diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi 35 responden untuk melakukan keputusan pembelian pada sepatu piero dengan desain produk sebanyak 5 responden dengan presentase 14.3 % dengan alasan sepatu piero memiliki model yang menarik, kualitas produk sebanyak 23 responden dengan presentase 65.7 % dengan alasan sudah percaya terhadap kualitas produk pada sepatu piero dikarenakan kualitas produk sudah sesuai dengan apa yang

dibutuhkan konsumen, word of mouth sebanyak 1 responden dengan presentase 2.85% dengan alasan membeli sepatu tersebut di rekomendasikan oleh teman, promosi sebanyak 1 responden dengan presentase 2.85% dengan alasan melakukan pembelian karena adanya promosi produk sepatu piero, citra merek sebanyak 5 responden dengan presentase 14.3% dengan alasan sepatu piero memiliki citra merek yang baik dan terpercaya dimata konsumen. Maka dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, desain produk, dan citra merek.

Sepatu piero dulu hanya berfokus memproduksi sepatu sekolah namun seiring berjalannya waktu produsen sepatu piero melakukan inovasi pada desain produknya yang bertujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumennya. Menurut Kotler dan Armstrong (1996: 282) desain produk adalah fungsi dan gaya produk. Desain ini adalah proses desain yang mengembangkan produk menarik yang murah, aman, dan mudah untuk digunakan dan dirawat. Sifat yang berbeda dari dua produk dapat menyebabkan kebenaran yang berbeda dari dua produk dapat menyebabkan kebenaran yang berbeda ada di mata konsumen. Adapun desain produk yang dimiliki sepatu piero diantaranya yaitu piero jogger, piero rusher, piero combat, piero mojo dan lainnya.

Ketika seorang konsumen melakukan keputusan pembelian, konsumen selalu memiliki berbagai pertimbangan. Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai sebuah proses dimana

konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah sebuah pikiran dari dalam diri seseorang yang mana seseorang tersebut menilai suatu produk dari berbagai produk, lalu memutuskan satu dari banyaknya pilihan produk.

Faktor lain yang diduga bisa membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian yaitu citra merek. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dicki Agusani dan Sasi Agustin (2020) membuktikan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2012) Citra merek (Brand image) adalah persepsi dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen, yang tercermin atau melekat dalam benak dan memori dari seorang konsumen itu sendiri. Pada tingkat persaingan yang rendah, merek hanya sekedar nama (just a name). Sedangkan pada tingkat persaingan yang tinggi, merek memberikan kontribusi dalam menciptakan dan menjaga daya saing sebuah produk.

Kualitas produk juga diduga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfian Tauza Faisal dan Heru Suprihadi (2020) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2008: 347) kualitas produk

adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, yang meliputi akurasi, keandalan, kenyamanan, akurasi operasi dan perbaikan, serta akurasi fitur lainnya. Menurut Tjiptono (2000: 54) kualitas produk terkait erat dengan sikap konsumen, dimana kualitas produk merupakan insentif bagi perusahaan untuk membangun ikatan yang kuat dengan konsumen.

Sepatu Piero terus berinovasi dengan mengikuti tren sambil memahami apa yang menjadi kebutuhan para konsumen, Sepatu Piero memiliki kualitas produk yang baik dan tahan lama karena terbuat dari kulit sintetis, sol yang rapih dan jahitannya yang kuat. Tetapi pada kenyataannya produk sepatu piero di kebumen belum dijual di toko atau outlet yang menjual khusus produk piero, sehingga masyarakat kebumen belum sepenuhnya mengenal produk piero terutama dari segi merek, desain, dan kualitas produknya.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS PIERO DI KABUPATEN KEBUMEN.**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Saat ini kesadaran akan penampilan semakin meningkat. Upaya untuk meningkatkan penampilan salah satunya yaitu dengan menggunakan sepatu. Oleh karena itu perlu diperhatikan untuk mengetahui seberapa pengaruh dari citra merek, desain produk, dan kualitas produk terhadap



keputusan pembelian sepatu sneakers piero. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu sneakers Piero di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu sneakers Piero di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu sneakers Piero di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu sneakers Piero di Kabupaten Kebumen?

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang ada, peneliti dalam melakukan penelitian berjudul pengaruh citra merek, desain produk dan kalitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers piero di Kabupaten Kebumen memberikan batasan masalah agar pembahasan masalah tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka peneliti menetapkan batasan sebagai berikut:

1. Responden penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen berumur minimal 17 tahun dan pernah membeli serta menggunakan Sepatu Piero.
2. Variabel peneliti yang digunakan adalah



a. Keputusan Pembelian

Kotler dan Armstrong (2014) mendefinisikan keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler (2012) berikut:

- 1.) Kemantapan pada suatu produk
- 2.) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3.) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 4.) Melakukan pembelian ulang

b. Citra Merek

Menurut Keller (2013: 3), citra merek atau brand image adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen.

Indikator citra merek atau brand image menurut Kotler dan Keller (2016) berikut:

- 1.) Pengenalan
- 2.) Reputasi
- 3.) Daya Tarik
- 4.) Kesetiaan

c. Desain Produk

Menurut Azany (2014: 45) desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan.

Peningkatan dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar semakin mudah dalam menggunakan suatu produk.

Indikator desain produk menurut Azamy (2014: 45) berikut:

- 1.) Model terbaru
  - 2.) Variasi Desain
  - 3.) Desain mengikuti trend
- d. Kualitas Produk

Kotler (2009) mendefinisikan kualitas produk sebagai keseluruhan dari ciri serta sifat barang dan jasa dan berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat

Indikator kualitas produk menurut Kotler dan Keller(2016: 164) berikut:

- 1.) Kinerja
- 2.) Fitur
- 3.) Ketahanan
- 4.) Keandalan

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek

terhadap keputusan pembelian Sepatu Sneakers Piero di Kabupaten Kebumen.

2. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap keputusan pembelian Sepatu Sneakers Piero di Kabupaten Kebumen.
3. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Sepatu Sneakers Piero di Kabupaten Kebumen.
4. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Sepatu Sneakers Piero di Kabupaten Kebumen.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis yang dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Adapun manfaat teoritis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya dalam bidang pemasaran mengenai pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers piero.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan sepatu Piero dalam hal penentuan strategi pemasaran yang

tepat untuk meningkatkan volume penjualan terutama yang berkaitan dengan citra merek, desain produk dan kualitas produk.

