

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya teknologi di Indonesia, dunia bisnis juga mengalami perubahan yang cukup pesat. Dimana konsumen banyak mengetahui kualitas atau spesifikasi dari produk unggulan sesuai kebutuhan mereka hal ini membuat konsumen itu menuntut produk yang sesuai dengan kebutuhan dan daya beli yang mereka inginkan. Hal tersebut menjadikan motivasi bagi perusahaan sebagai produsen untuk terus mengembangkan produknya baik dari segi *visual* dan manfaatnya, produsen juga dituntut untuk terus menginovasi produknya agar mampu memasarkan produknya dibalik persaingan industry yang semakin ketat karena tuntutan keinginan konsumen. Menurut Kotler (2005), perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Saat ini pentingnya sebuah perusahaan untuk memahami perilaku konsumen untuk terus berkembang di dunia industri, Salah satunya yaitu industri olahraga yang terus berkembang dikalangan masyarakat khususnya Indonesia. Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran pentingnya berolahraga pada masing masing individu. Perkembangan olahraga yang cukup pesat tidak hanya dirasakan pada kota kota besar, perkembangan olahraga yang cukup pesat juga dirasakan di kota kecil seperti Kebumen, olahraga dikebumen cukup mengalami peningkatan pada cabang olahraga

yang ditandai dengan seperti lapangan futsal, lapangan sepakbola atau stadion, dan jogging track yang fasilitasnya cukup memadai.

Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu dan saat ini sudah menjadi gaya hidup. Persaingan di industri sepatu olahraga yang kompetitif ditunjukkan dengan berbagai macam pilihan sepatu yang tersedia di pasar. Beberapa perusahaan besar seperti Adidas, Nike, Mills, Specs, ortuseiht, eagle dll.

Mills merupakan sepatu yang lokal indonesesia Mills merupakan hasil produksi PT. Mitra kreasi Garmen Ltd yang berdiri sejak tahun 2018 Namun mills cukup memiliki pengalaman di dunia industri lebih dari 20 tahun, Menurut Olenka.co.id Mills semakin dikenal publik usai resmi menjadi Official Apparel Tim Nasional Indonesia pada awal tahun 2020 dan 2022. Kala itu, di tengah pandemi pada 2020, Mills resmi mengumumkan menjalin kerja sama dengan PSSI untuk memproduksi jersey timnas Indonesia sebagai pengganti Nike. Dengan kerjasama yang cukup berhasil mills terus melakukan produksi tidak hanya jersey dan pelengkap olahraga bola, mills juga terus melakukan inovasi dan memproduksi *footwear* kerjasama yang berhasil pemasaran Mills cukup meningkat pesat di industri olahraga.

Produk mills yang banyak diminati yaitu *running shoes*, dimana jogging merupakan pilihan olahraga yang mudah dan cukup praktis dilakukan dimana saja. Dengan meningkatnya kesadaran hidup sehat masyarakat Indonesia khususnya kebumen banyak masyarakat yang menjadikan running sebuah kebutuhan mereka. Dengan melihat fenomena tersebut pemerintah kebumen

tergerak untuk membangun fasilitas olahraga yang memadai yang berada dipusat kota yaitu jogging track. Dengan meningkatnya peminat olahraga lari dikebumen meningkatkan pula daya beli mereka untuk memenuhi kebutuhan olahraganya salah satunya yaitu pembelian sepatu running shoes.

Keputusan pembelian Keputusan pembelian sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan karena semakin tinggi keputusan pembelian maka semakin tinggi profit atau pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Keputusan pembelian mempunyai peran penting bagi perusahaan, karena produk yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan akan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Menurut Sciffman dan Kanuk (2008:485), keputusan pembelian diartikan sebagai proses pemilihan di antara dua atau lebih alternatif pilihan. Hal ini berarti bahwa sebelum melakukan pembelian, seorang konsumen dihadapkan pada beberapa opsi yang harus dipertimbangkan, sehingga ia perlu memilih salah satu alternatif yang dianggap paling sesuai. Menurut Kotler & Keller (2016:177), keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang mencakup cara individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, serta mendengarkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Proses ini mencerminkan interaksi antara faktor psikologis, sosial, dan situasional yang mempengaruhi.

Dengan meningkatnya perkembangan gaya hidup masyarakatnya, terutama dalam hal kesadaran akan kesehatan pada masyarakat kebumen. Hal tersebut juga meningkatnya aktivitas olahraga seperti lari, baik di kalangan

individu. Selain kesadaran akan kesehatan yang mereka miliki pemerintah Kebumen juga memberikan fasilitas olahraga yang cukup memadai dan berada dipusat kota kebumen yaitu jogging track. Seiring dengan itu, permintaan akan produk-produk pendukung olahraga, khususnya sepatu lari, juga mengalami peningkatan. Merek sepatu lari 'Mills' mulai dikenal dan diminati di Kebumen, Mills yang memiliki kualitas baik dengan harga yang sepadan dengan apa yang di berikan juga menjadi alasan mengapa masyarakat kebumen memilih dan membeli Running shoes dari Mills untuk menunjang gaya hidup mereka.

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan mengenai tingkat penjualan sepatu running yang banyak diminati dikebumen yang diperoleh melalui survei pada toko Omah *Sport* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1-1
Survei Data Penjualan Sepatu *Running* Lokal di Toko Olahraga di Kebumen “Omah Sport”

Merk Sepatu	Tingkat Presentase Penjualan
Ortuseight	231 Sepatu
Mills	122 Sepatu
910 Nineten	50 Sepatu
Ardiles	10 Sepatu
Desle	3 Sepatu
Jumlah	416 Sepatu

Sumber diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan penulis di Omah Sport, pada tabel diatas menunjukkan bahwa merek sepatu Running Mills dapat dinyatakan sebagai merekl unggulan ke dua setelah Ortuseight. Hasil penjualan dari 416 sepatu menunjukkan bahwa, 231 sepatu *running* Ortuseight menjadi pilihan

pertama, 122 sepatu *running* merek Mills sebagai pilihan kedua, 10 sepatu *running* merek Ardiles sebagai pilihan ketiga, dan 3 sepatu *running* merek Desle sebagai pilihan terakhir. Meskipun di atas tingginya tingkat penjualan sepatu mills masih terdapat merek sepatu Ortuseight tidak menutup kemungkinan merek Mills di Kabupaten Kebumen dapat terbilang cukup tinggi dibandingkan merek sepatu *running* lain yaitu dengan tingkat penjualan 122 sepatu. Hal itu menggambarkan banyaknya pelanggan yang lebih memilih atau untuk membeli atau menggunakan sepatu *running* Mills dibandingkan merek lain.

Berdasarkan fenomena tingkat penjualan Sepatu Running Mills yang tinggi di Indonesia dan masyarakat khususnya kaum muda yang banyak menggunakan sepatu Mills di Kebumen, maka penulis melakukan observasi berupa mini riset yang terfokus kepada 37 responden pada masyarakat di Kebumen yang pernah melakukan pembelian Sepatu Mills. Observasi dilakukan untuk mengetahui faktor faktor yang mendukung mereka menentukan keputusan pembelian produk Sepatu Mills. Berikut hasil mini riset yang telah dilakukan

Tabel I- 2
Faktor faktor yang mempengaruhi pembelian Produk di Sepatu Mills di Kebumen

No	Faktor Yang Mempengaruhi	Variabel	Jumlah responden	Presentase
1	Mendapat Sepatu Brand Lokal Dengan Harga Yang Wajar dengan Barang yang disajikan	Price Fairness	18	48,6%
2	Membeli Karena Kualitasnya	Product Quality	12	32,4%
3	Mendukung Gaya Hidup Untuk Mengikuti Trend Fashion	Lifestyle	4	10,8%
4	Model Sepatu running Mills Tidak Pasaran	Ketersediaan Produk	3	8,1%
Total			37	100%

Sumber : Data Primer diolah tahun 2024

Mini riset disajikan melalui google form dengan menyertakan poin secara tertutup, namun responden juga dapat menyatakan persepsinya secara terbuka. Hasil Observasi pada tabel 1-1 yang dilakukan oleh peneliti diperoleh faktor-faktor paling besar yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Running Mills yaitu Price Fairness dengan 18 responden atau 48,6%, kemudian Product Quality dengan 12 responden atau 32,4% dan Lifestyle dengan 4 responden atau 10,8%. Berdasarkan data diatas maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *Price Fairness, Product Quality, dan Lifestyle*.

Price fairness. Merupakan konsep yang menggambarkan persepsi konsumen mengenai apakah harga suatu produk atau jasa sudah adil atau belum, konsumen akan merasa harga suatu produk adil jika mereka merasa bahwa

harga tersebut sebanding dengan nilai atau manfaat yang mereka dapatkan dari produk. Menurut Curatman & Hermansyah (2015), kewajaran harga kemungkinan besar ditentukan berdasarkan observasi transaksi yang melibatkan berbagai pihak. Ketika terjadi perbedaan harga, tingkat kesamaan antara transaksi menjadi elemen penting dalam menilai kewajaran harga. Hal ini menunjukkan bahwa analisis kewajaran harga harus mempertimbangkan kondisi dan karakteristik transaksi yang sebanding. *Price fairness* atau kewajaran harga merupakan penilaian subyektif dari konsumen apakah ada perbedaan harga antara satu penjual dengan penjual yang lain yang wajar dan masuk akal. Kewajaran harga sebagai suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses agar mencapai hasil yang masuk akal dan dapat diterima (Lestari & Lestari, 2023). Seperti dalam penelitian (Wigati, A., Arinastuti, A., & Wijayanto, W. 2024,) Kewajaran Harga memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian namun, sebaliknya Menurut Nurahmasari, S. C., & Wibawanto, S. (2021) mengatakan bahwa Kewajaran harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:11), 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 Sebuah produk yang mulai masuk ke pasar teruma pasar internasional pasti memiliki ciri khas dan kualitas masing-masing. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap varian produk dan citra merek internasional terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk

merupakan pemahaman mengenai produk yang akan ditawarkan dan dijual (Dewi et al., 2009). Dengan kualitas produk atau *product quality* yang masih bagus dan layak serta dari brand yang terkenal akan menjadikan focus tersendiri bagi konsumen. Anggreni, N. M. S., Trarintya, M. A. P., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2024). menyatakan bahwa *Product quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu specs. Toko yang menyediakan barang dengan kualitas baik dapat menjadikan daya tarik dan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Produk sepatu running mils yang memiliki kualitas baik juga akan membuat nilai tinggi bagi produk tersebut, oleh karena itu semakin tinggi *product quality* semakin meningkat keputusan pembelian.

Gaya hidup, adalah suatu aktivitas manusia yang berkaitan dengan mode dan bukan hanya tentang pakaian yang kita kenakan, tetapi juga tentang nilai - nilai, keyakinan-keyakinan, dan nilai -nilai yang kita junjung tinggi Menurut Sitohang (2018), fashion merupakan suatu aktivitas manusia yang berhubungan dengan fashion dan bukan hanya sekedar pakaian yang kita kenakan , namun juga menyangkut nilai - nilai , kepercayaan - kepercayaan , serta nilai-nilai yang kita junjung tinggi . dan nilai - nilai yang dijunjung tinggi . Aspek- aspek ekspresi diri melalui kehidupan sehari-hari. Tindakan - tindakan atau ciri -ciri suatu produk yang didasarkan pada kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diungkapkan, serta AIO yaitu aktivitas (activities), minat (interest), dan pendapat (opini). Silalahi, R. M. M., & Hartati, R. (2022). Menyatakan bahwa Lifestyle mempunyai pengaruh secara

parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti dengan adanya fashion lifestyle maka akan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap Sepatu Running Mills.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian pada product Sepatu running mills *di Kebumen* yang dipengaruhi beberapa faktor yaitu *Price fairness, Product Quality, Lifestyle* dengan judul **"PENGARUH PRICE FAIRNESS, PRODUCT QUALITY , DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU RUNNING MILLS DI KEBUMEN"**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan dari latar belakang diatas bahwa keputusan pembelian sangatlah penting bagi sebuah perusahaan. Konsumen akan memilih produk yang akan dibeli dengan mempertimbangkan beberapa hal yang menguntungkan bagi mereka. Konsumen akan membeli produk apabila konsumen merasa puas dan merasa produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dengan hal tersebut perusahaan akan terus melakukan perkembangan akan produknya agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperbaiki faktor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan dalam pembelian. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Price fairness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Mills.

2. Apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Mills.
3. Apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Mills.
4. Apakah *Price Fairness, Product Quality, Lifestyle* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada produk Sepatu Mills di Kebumen.

1.3. Batasan Masalah

Agar Penelitian tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka penulis menetapkan Batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Kebumen. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen yang pernah melakukan pembelian produk sepatu Mills. Usia responden dalam penelitian ini dibatasi minimal berusia 18 tahun dengan asumsi bahwa usia tersebut dianggap sudah dewasa dan dapat memberikan pendapat yang objektif.
2. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan karena semakin tinggi keputusan pembelian maka semakin tinggi profit atau pendapatan yang akan diperoleh perusahaan. Keputusan pembelian memiliki dampak yang signifikan bagi perusahaan. Produk yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan akan memberikan kontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan mereka. Tingginya kepuasan pelanggan ini dapat memperkuat loyalitas terhadap

merek, mendorong pembelian ulang. Keputusan pembelian menurut Sciffman dan Kanuk (2008:485), dapat diartikan sebagai pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Batasan Keputusan Pembelian pada penelitian ini menurut Kotler (2012) dibatasi pada :

- a) Kemantapan pada produk
- b) Kebiasaan dalam membeli
- c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- d) Melakukan pembelian ulang.

3. *Price Fairness*

Price fairness atau kewajaran harga merupakan suatu penilaian untuk suatu hasil dan proses yang dapat diterima oleh konsumen. Menurut Sciffman dan Kanuk (2008:485), keputusan pembelian diartikan sebagai proses pemilihan di antara dua atau lebih alternatif pilihan.

Menurut Konuk (2019) *price fairness* (kewajaran harga) pada penelitian ini dibatasi pada:

1. Harga yang wajar
2. Adil
3. Harga yang dapat diterima.

4. *Product Quality*

Menurut Kotler (2009:54) Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginannya atau

kebutuhannya. Oleh karena itu perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Jakpar et. al (2012) Kualitas produk dalam penelitian ini dibatasi pada :

- 1) Daya tahan (*durability*),
- 2) kenyamanan (*conformance*)
- 3) Kemudahan perawatan.

5. *Lifestyle*

Menurut (Kusuma et al., 2020). *Lifestyle* juga menggambarkan kepribadian yang terdapat dalam diri seseorang, sehingga akan berdampak pada tindakan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

(Kotler dan Keller, 2009:175), *lifestyle* pada penelitian ini dibatasi pada:

- 1) Aktivitas (*Activities*).
- 2) Minat (*Interest*),
- 3) Pendapat (*Opinion*).

1.4. Tujuan Penelitian

Terkait dengan masalah yang telah dirumuskan maka penelitian tersebut bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah *Price fairness* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Running Mils di Kebumen,
2. Untuk mengetahui apakah *Product Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Running Mils di Kebumen.

3. Untuk mengetahui apakah *Lifestyle* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Running Mils di Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Product quality*, *Price Fairness*, *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Running Mils di Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan maanfaat teoritis sebagai berikut:

1. Dapat memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian terhadap keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan dari penyesuaian kebutuhan gaya hidup (*Lifestyle*), kualitas produk (*Product Quality*), dan kewajaran harga (*Price Fairness*) dari sebuah produk sepatu.
2. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh dari gaya hidup (*Lifestyle*), kualitas produk (*Product Quality*), dan kewajaran harga (*Price Fairness*) terhadap sepatu running mils di Kabupaten Kebumen.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan bahan acuan bagi Perusahaan Mils tentang bagaimana faktor faktor yang mempengaruhi *Product Quality*, *Price Fairness*, *Lifestyle*.

2. Bermanfaat sebagai bahan informasi bagi industri sepatu Running Mils sebagai acuan untuk mempertimbangkan kualitas harga serta model yang banyak diminati trend fashion masa kini.

