

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Riset ini merupakan replikasi dari Husaini dkk (2021). Riset perilaku pembelian konsumen merupakan isu yang menarik untuk diteliti karena memiliki hasil yang beragam. Hasil riset yang dilakukan (Husaini et al., 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil riset lain yang dilakukan oleh (Alkahvy et al., 2022) menyatakan hasil yang berbeda bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian. Hasil riset penelitian sebelumnya menunjukkan inkonsistensi sehingga ditemukan *research gap*.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian yang mana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu, dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan pembelian pada dasarnya adalah proses pemecahan masalah. Riset menggunakan variabel keputusan pembelian penting karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyak produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian atau *purchase decision* ialah sebuah pendekatan dalam penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan yang terdiri dari pengenalan

kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Aryandi, 2020). Pada pengambilan keputusan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan faktor-faktor sebelum membeli suatu produk. Keputusan pembelian merupakan hal yang penting bagi pemasar dimana konsumen sudah memilih produk apa yang akan dibeli (Husaini et al., 2021). Sejalan dengan hal tersebut, sepatu Ventela ini pertama dikenalkan tahun 2017 oleh William Ventela sebagai pemilik pabrik sepatu Vulkanis di Bandung, Jawa Barat sejak 1989 (Galuh Tiyasherlinda et al., 2022). Ventela merupakan salah satu sepatu merek lokal yang saat ini banyak diminati oleh kaum milenial karena harga dan kualitas produk yang ditawarkan (Maghfiroh, 2021). Oleh sebab itu pengusaha harus jeli dalam melihat faktor yang diperhatikan konsumen, salah satunya adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan.

Lengkawati & Saputra (2021) menyampaikan keputusan pembelian dapat diartikan sebagai tindakan untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut nyata. Proses konsumen dalam mengambil keputusan pembelian harus dipahami oleh pemasar perusahaan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi yang tepat (Anwar & Satrio, 2015). Selanjutnya Baihaqi (2022), mengemukakan bahwa kualitas sebuah produk dan harga produk selalu di jadikan acuan dalam proses pengambilan keputusan pembelian sehingga apa yang konsumen pikirkan dan

rasakan terhadap suatu produk tertentu dapat menjadikan manfaat yang dipersepsikan.

Kualitas produk adalah ciri khas yang dimiliki suatu produk dimana berperan terhadap kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen (Anam et al., 2020). Dalam proses keputusan pembelian umumnya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas produk sebelum melakukan pembelian. Terkait hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian, Baihaqi (2022) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk adalah hal yang penting dalam proses penentuan keputusan pembelian, semakin baik kualitas suatu produk maka kecenderungan konsumen membeli produk juga meningkat (Anam et al., 2020). Erlangga dkk (2021), menjelaskan dengan kualitas produk produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan selalu tertanam dalam benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Dalam penjualannya Ventala menawarkan kualitas terbaiknya. Kelebihan sepatu Ventela yaitu memiliki insole *Ultralite Foam Insole* yang empuk dan nyaman, jahitan yang rapi serta kualitas sol kuat, dan bahan *Upper Canvas 12oz*, Selain itu, sepatu ini telah memiliki pabrik sendiri sehingga proses produksinya terjamin (Husaini et al., 2021).

Selanjutnya Dzulkharnain (2020), memaparkan bahwa persepsi harga produk dan kualitas produk merupakan salah satu konsep yang menjadi hal penting yang perlu diperhatikan perusahaan. Menurut Hadiwijaya & Khalid

(2022), harga merupakan suatu nilai uang yang ditentukan secara global yang harus dikeluarkan seseorang untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan. Dalam penelitian Dzulkharnain (2020), membuktikan hasil penelitian bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh secara signifikan positif. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hadiwijaya & Khalid (2022), bahwa persepsi harga menjadi faktor terbesar dalam kegiatan pembelian suatu produk oleh kebanyakan konsumen. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan keinginan konsumen, agar Konsumen dapat membeli barang tersebut, Harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian (Asti & Ayuningtyas, 2020). Ventela memberikan kesempatan kepada *reseller* untuk memasarkan produknya. Sasaran pasar produk ini yaitu kelompok usia produktif 15 sampai dengan 64 tahun dengan harga yang cukup terjangkau. Dalam *E-commerce Shopee* menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Ventela berkisar antara Rp 150.000 sampai dengan Rp 500.000, dengan harga yang relative murah bisa mendapatkan sepatu produk original dibanding produk luar yang lebih mahal (Galuh Tiyasherlinda et al., 2022).

Moenir (2005) dalam Polla dkk (2018), mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Kualitas pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen (Aryandi, 2020). Setelah melihat kualitas produk biasanya konsumen akan membandingkan kualitas pelayanan yang diberikan, jika kualitas pelayanan yang diberikan

sesuai ekspektasi konsumen sehingga menimbulkan nilai positif pada pelanggan (Erlangga et al., 2021). Penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dilakukan oleh (Fadhilah & Cahya, 2022.), membuktikan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya dipertegas oleh penelitian Aryandi (2020), dengan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif yang artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan pada bidang *fashion* yakni *brand* sepatu lokal ventela dengan alasan semakin ketatnya persaingan bisnis di bidang *fashion* dalam negeri serta dituntut harus bisa mempertahankan eksistensi usahanya beserta pelanggannya. Sepatu ventela juga banyak berkolaborasi dengan publik figur yang bergerak pada dunia *fashion* generasi muda seperti kaesang pangarep, gading marten, dan chicco jerikho yang menunjukkan bahwa pasar yang dituju sepatu ventela adalah remaja (generasi muda). Dengan kualitas produk yang baik dan harga terjangkau produk ini juga ditunjukkan untuk kalangan menengah kebawah.

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, menarik jika dilakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan dalam latar belakang, didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian?
2. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian tersebut adalah :

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan menegaskan teori sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis kepada Pihak manajemen sepatu ventela. Melalui penelitian ini, diharapkan menjadi sumber referensi bagi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan pembelian.