

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan ekonomi pada saat ini sangat ketat terutama pada perusahaan sejenis. Dengan demikian menuntut perusahaan untuk mengikuti perkembangan dan perubahan zaman, baik dari segi politik, sosial, ekonomi dan budaya. Dan juga, perusahaan harus mengikuti pola perilaku pesaing untuk menjalankan bisnisnya. Dengan hal tersebut membuat persaingan pangsa pasar menjadi lebih ketat. Setiap perusahaan yang ingin sukses menjalankan bisnisnya dituntut untuk memiliki keunikan dari produk mereka untuk merebut pangsa pasar yang tersedia. Dan juga perusahaan harus dapat menggunakan strategi yang tepat untuk mempertahankan produk mereka agar dapat diminati oleh pelanggan lama juga menciptakan pelanggan baru.

Untuk menjalankan strategi tersebut, perusahaan harus menciptakan sesuai minat dan keinginan konsumen. Tanpa strategi yang sesuai, perusahaan tidak akan bertahan, karena para pesaing akan datang menawarkan produk baru yang lebih baik untuk bersaing dan berusaha merebut pangsa pasar dari perusahaan itu.

Di era sekarang industri fashion di Indonesia semakin berkembang seiring dengan teknologi yang semakin canggih dari waktu ke waktu yang akhirnya menambah pengetahuan masyarakat tentang fashion. Fashion telah menjadi hal yang dianggap penting oleh setiap orang bahkan dapat dikatakan menjadi kebutuhan. Banyak sekali orang yang telah mengaitkan aktivitas

sehari-hari dengan fashion. Fashion merupakan suatu bagian dari kehidupan sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dalam aspek penampilan. Fashion juga mencerminkan citra dari orang itu sendiri. Saat ini fungsi fashion bukan lagi sekedar penutup tubuh, namun menjadi suatu kebutuhan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan identitas diri.

Salah satu fashion yang dianggap penting oleh banyak orang adalah sepatu. Pada awalnya sepatu hanya digunakan oleh orang untuk melindungi kaki dari benda tajam ataupun kotoran, namun di era sekarang sepatu telah memiliki banyak fungsi, 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.

Semakin beranekaragam merek-merek produk sepatu yang beredar dipasaran, hal tersebut mendorong konsumen untuk lebih pintar dan lebih cermat lagi dalam memutuskan pemilihan produk sepatu yang diharapkan, karena pada umumnya merek sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen beranggapan bahwa merek yang terkenal di pasaran lebih bagus dan lebih berkualitas dibandingkan dengan merek yang kurang populer dipasaran, karena merek yang populer di pasaran memberikan informasi yang lengkap dibandingkan produk dengan merek yang cenderung tertinggal di pasaran, maka dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah untuk membedakan karakteristik dari tiap-tiap produk yang bermunculan dipasaran, dan perusahaan juga memerlukan informasi tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan

keputusan pembelian suatu produk, diantaranya faktor yang turut berperan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen seperti kualitas produk (*product quality*) dan citra merek (*brand image*) suatu produk. Keputusan pembelian oleh konsumen menandakan bahwa tugas seorang pemasar dalam memasarkan produk kepada konsumen dinilai telah berhasil.

Vans adalah perusahaan sepatu asal California, Amerika Serikat. Sepatu Vans memiliki banyak penggemar. Hingga terdapat komunitas yang bernanggotakan para pembeli dan penggemar sepatu Vans, yang menamakan kelompok mereka “Vanshead”. Komunitas Vanshead terdapat di beberapa kota seperti Jakarta Palembang, Tangerang, Pontianak, Solo, Yogyakarta, Malang, Semarang, dan lainnya. Model sepatu yang ditawarkan oleh Vans memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dengan sepatu dari merek lain. Sepatu Vans tidak hanya memiliki beberapa jenis utama, akan tetapi Vans sering mengeluarkan produk yang bekerja sama dengan seniman atau merek lain untuk membuat motif yang bermacam-macam sehingga para konsumennya tidak merasa bosan.

Dipilihnya konsumen pengguna sepatu Vans karena pada dasarnya mereka yang sudah menggunakan sepatu Vans mempunyai alasan mengapa mereka memilih sepatu tersebut, apakah mereka mengenali dengan baik terhadap merek tersebut dan juga merasakan kualitas dari sepatu Vans tersebut.

Dari latar belakang tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN

## KUALITAS PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VANS.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian secara parsial pada sepatu merek Vans pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial pada sepatu merek Vans pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?
3. Adakah pengaruh citra merek (*brand image*) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan pada sepatu merek Vans pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini digunakan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian secara parsial pada sepatu merek Vans pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial pada sepatu merek Vans pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh citra merek (*brand image*) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan pada sepatu merek Vans pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Ada beberapa manfaat yang di peroleh dalam penulisan penelitian ini yaitu:

1. Bagi pendiri usaha, sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi pihak perusahaan Vans, untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan citra merek dalam menciptakan keputusan pembelian tersebut yang pada akhirnya berguna bagi tujuan jangka panjang perusahaan. Serta, sebagai informasi yang dapat dijadikan dasar didalam strategi untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoritis dan menambah wawasan tentang kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian.
3. Bagi pihak lain, sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

## **E. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan skripsi ini ada lima bab yaitu:

### **BAB I      PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II     TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini menguraikan landasan teori yang diperoleh dari berbagai literature, digunakan sebagai landasan pembahasan, pemecah masalah, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan menggambarkan kerangka pemikiran.

### **BAB III    METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini memaparkan secara rinci mengenai variabel-variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, sampel, jenis data dan sumber data, pengujian instrument penelitian, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan secara lebih rinci menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, karakteristik objek penelitian, deskripsi data, validitas dan reliabilitas alat ukur, populasi, sampel, serta menguraikan analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pembahasan masalah ini dilakukan sesuai analisis data yang dikumpulkan

kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data yang telah ditetapkan.

## BAB V PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir dalam penelitian yang sekaligus menjadi penutup dalam skripsi ini. Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang bersifat membantu dalam penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN