

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sepak bola merupakan salah satu dari sekian banyak cabang olahraga di dunia yang keberadaannya sangat populer di kalangan masyarakat, baik di Indonesia maupun di luar negeri. Dengan menggunakan bola sebagai alat permainan dan dimainkan oleh dua tim, setiap tim berisikan 11 pemain utama dan sebagian sebagai pemain pengganti. Tujuan bermain sepak bola itu sendiri adalah mencetak goal sebanyak – banyaknya ke gawang lawan, goal yang paling banyak maka dial ah yang keluar sebagai pemenang dalam pertandingan sepakbola tersebut.

Di Indonesia kompetisi sepakbola amatir biasa dikenal dengan sebutan Perserikatan, kompetisi tersebut berlangsung hingga tahun 1979. Pada perkembangannya sepak bola di Indonesia semakin maju dengan adanya liga semi-profesional bernama Liga Sepak Bola Utama atau yang biasa kita kenal dengan sebutan Galatama pada tahun 1980an. Baru di tahun 2008 Indonesia memiliki liga profesional bernama Liga Super Indonesia

PT.Liga Indonesia mewajibkan klub yang mengikuti *Indonesian Super League* mengubah statusnya menjadi badan hukum (professional). Hal itu sabagai konsekuensi dari title kompetisi Liga Super, dimana status klub bukan lagi sebagai klub amatir yang melarang penggunaan APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah), sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri

(Permendagri) Nomor 13/2006 yang direvisi menjadi Pemendagri Nomor 59/2007. Pemendagri itu memperkuat PP Nomor 58/2005 tentang pengelolaan keuangan daerah yang juga melarang hibah dan bantuan social diberikan secara berulang.

Berkenaan dengan keputusan PT.Liga Indonesia yang melarang klub-klub peserta *Indonesian Super League* menggunakan APBD, secara tidak langsung hal tersebut akan mendorong klub-klub sepak bola untuk memaksimalkan aspek-aspek yang mendukung keuangan klub dan salah satunya penjualan *original jersey*.

Promosi dilakukan perusahaan dengan tujuan memberikan informasi, mempengaruhi, membujuk serta mendorong konsumen agar mau melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang dipasarkan. Dengan adanya promosi, perusahaan berharap dapat meningkatkan penjualan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Untuk itu diperlukan adanya suatu strategi pemasaran yaitu dengan menerapkan bauran promosi yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Pada dasarnya promosi ditujukan untuk memperkenalkan produk baru, juga untuk mempertahankan suatu produk yang sedang dipasarkan yang pada akhirnya sasaran promosi itu untuk memperbesar penjualan. Jadi promosi berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Selain itu harga juga menentukan seberapa besar keputusan pembelian suatu produk. Karena, dengan ditetapkannya harga jual pada suatu produk, mampu mempengaruhi minat beli seseorang terhadap produk tersebut. Dengan

begitu keputusan pembelian *jersey* juga dipengaruhi oleh harga jual *jersey* tersebut. Semakin murah harga *jersey* yang di jual, semakin banyak pula permintaan terhadap konsumen, akan tetapi tidak menutup kemungkinan *jersey* dengan harga mahal sepi peminat, biasanya *jersey* mahal dengan kualitas *original* mampu menarik minat pembeli. Dari penjualan *jersey original* tersebut bisa menambah pendapatan keuangan sebuah klub sepak bola.

Adapun Keputusan Pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Amirullah, 2002). Melihat dari penjelasan mengenai keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dipertimbangkan untuk mendapatkan produk yang sesuai. Konsumen memiliki hak untuk menentukan keputusan pembelian *jersey* yang tentunya didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut diantaranya Promosi, dan Harga.

Dengan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti variable Promosi dan Harga yang mempengaruhi variable Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang akan diteliti adalah *jersey* PERSIS Solo dan penelitian akan dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan demikian penelitian ini diberikan judul **“PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JERSEY PERSIS SOLO”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Promosi mempengaruhi keputusan pembelian *Jersey PERSIS Solo*?
2. Apakah Harga mempengaruhi keputusan pembelian *Jersey PERSIS Solo*?
3. Seberapa besar pengaruh Promosi dan Harga terhadap keputusan pembelian *Jersey PERSIS Solo*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Jersey PERSIS Solo*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian *Jersey PERSIS Solo*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Jersey PERSIS Solo*.

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

1. Bagi Akademisi

Dapat memberikan kontribusi dalam menambah literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian *Jersey* PERSIS Solo.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.