

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kebutuhan sandang yang semakin meningkat dan beragam, menyebabkan para produsen harus mempelajari berbagai perilaku konsumen dalam pemasaran sebuah produk dengan cara menciptakan produk baru yang lebih kreatif dan inovatif. Banyaknya merek yang terkenal dijadikan acuan bagi konsumen dalam membandingkan produk dengan merek-merek yang berbeda. Geoff Max merupakan perusahaan lokal yang sudah lama terkenal, terutama produk sepatunya. Bahan dan model yang berbeda membuat Geoff Max dikenal sebagai merek sepatu lokal yang legendaris. Dengan konsep *oldschool* yang menjadi ciri khas dari produk Geoff Max merupakan tema desain produk yang berkaitan dengan *fashionstyle* era tempo dulu zaman Amerika sekitar satu atau dua generasi era tahun 1950 – 1990. Dan sampai saat ini banyak di gemari kalangan anak muda di Indonesia, dikarenakan inspirasinya berasal dari founder dari Geoff Max sebagai pencinta musik beraliran Punk Rock dan Skateboarding.

Keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk (Kotler dan Armstrong, 2008:226). Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, diantaranya adalah kualitas harga, promosi dan kualitas produk atau yang dikenal dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah proses

penggabungan dalam strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan yang terstandarisasi dengan produk, harga yang rendah, promosi dan saluran distribusi (Agusani, 2020).

Menurut Kotler dan Keller (2009) mengemukakan harga merupakan salah satu cara dalam pemasaran yang digunakan untuk menilai produk. Dimana didalamnya terdapat unsur-unsur. Harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena dengan harga yang terjangkau membuat konsumen yang rata-rata kalangan pelajar menjadi tertarik untuk membelinya.

Promosi adalah seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan (Kotler & Keller, 2009:172). Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat mereka tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Jadi promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran karena dengan promosi bisa membuat konsumen yang semula tidak tertarik terhadap suatu produk bisa berubah pikiran dan menjadi tertarik pada produk tersebut.

Kualitas produk harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat menentukan. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008:354). Kualitas produk yang baik dapat membantu mahasiswa dalam membuat keputusan pembelian, sehingga mahasiswa dapat tertarik terhadap suatu produk yang diproduksi suatu

perusahaan dan akan mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut dengan kualitas yang ditawarkan.

Dalam keputusan pembelian oleh mahasiswa harga, promosi, dan kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan untuk membeli produk Geoff Max. Berdasarkan latar belakang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Geoff Max pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Surakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Geoff Max?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Geoff Max?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Geoff Max?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas maka tujuan penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Geoff Max.

2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepatu merek Geoff Max.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Geoff Max.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen perusahaan yang dapat digunakan sebagai masukan atau dasar pengambilan keputusan yang berkaitan dengan harga, promosi, dan peningkatan kualitas produk.

3. Manfaat Empiris

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Geoff Max yang dapat ditetapkan dipasar Indonesia dan dapat memberi acuan dalam penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi berguna untuk mempermudah pembaca dalam memahami alur penulisan skripsi ini, secara umum penulisan skripsi terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi berupa uraian singkat.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi landasan teori mengenai keputusan pembelian, harga, promosi, kualitas produk, penelitian terdahulu, hipotesis, serta kerangka pikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metodologi penelitian akan membahas desain dari penelitian yang terdiri dari populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian akan membahas mengenai analisis yang digunakan penulis terhadap hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditentukan di bab tiga. Pengujian hasil penelitian antara lain memuat Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran – saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.