

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Zaman modern melihat peningkatan perkembangan industri sepak bola. Hal ini dikarenakan masyarakat semakin sadar akan manfaat olahraga, terbukti dengan meningkatnya jumlah penggemar sepak bola di Indonesia. Ini ditunjukkan dalam pertandingan sepak bola di kejuaraan Asia dan internasional. *supporter* klub sepak bola Internasional, di Indonesia memiliki komunitas *supporter* yang cukup banyak, salah satunya adalah klub Arema yang baru-baru ini ramai menjadi perbincangan di sosial media yaitu terjadinya kerusuhan *supporter* Arema, di Stadion Kanjuruhan. Para penggemar sepak bola pun memiliki ketidakpuasan jika hanya menontonnya saja.

Penggemar sepak bola ini tidak akan puas jika hanya menonton pertandingan; mereka ingin bermain di lapangan, khususnya di stadion. Namun, kendala yang paling signifikan adalah ketersediaan lahan lapangan sepak bola yang semakin berkurang, khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Alhasil, futsal menjadi pilihan lain untuk memuaskan hasrat tersebut.

Kehadiran para pemain futsal yang semakin hari semakin sibuk menunjukkan bahwa popularitas olahraga futsal di Indonesia terus meningkat. Futsal di Indonesia tidak hanya digemari oleh pria saja, tetapi saat ini banyak juga disukai oleh kalangan wanita. Indonesia memiliki Asosiasi Futsal Indonesia (AFI) yang di dalamnya mengelola kejuaraan kategori pria maupun wanita, kejuaraan tersebut seperti, Lima, Porprov, Linus, Pomnas, dan lainnya.

Para pemain futsal pun membutuhkan banyak peralatan permainan untuk bermain futsal, seperti sepatu, pakaian olahraga, dan bola. Produsen peralatan olahraga mendapat manfaat dari ini. Bahkan, produsen lokal berani bersaing dengan produk merek asing untuk membuktikan kualitas

yang baik. Seiring dengan semakin meluasnya pasar para penggemar futsal, produsen sepatu baik dalam negeri maupun internasional semakin ketat bersaing dalam industri sepatu futsal. Kemunculan terus-menerus model sepatu baru yang menjadi tren sosial saat ini menunjukkan bahwa industri sepatu berkembang cukup cepat. Hal ini disebabkan karena kebutuhan manusia akan pakaian salah satunya adalah sepatu. Sepatu adalah barang konsumen yang tahan lama yang selalu dibandingkan satu sama lain dalam hal kualitas, merek, harga, dan kenyamanan pemakaian saat memilih dan membelinya.

Dikarenakan banyaknya produsen dalam dan luar negeri yang berhasil meningkatkan pangsa pasarnya, industri sepatu olahraga di Indonesia menjadi semakin kompetitif. Namun, semakin banyaknya barang asing yang masuk ke pasar Indonesia menjadi ancaman bagi produsen lokal. Produsen dengan nama mapanlah yang memperkenalkan produk luar negeri ke pasar Indonesia, bukan pendatang baru di industri sepatu olahraga. Secara alami, ini menjadi ancaman bagi Ortuseight dan produsen regional lainnya.

Ortuseight lahir di naungan PT Vita Nova Atletik, sebuah perusahaan olahraga asal Indonesia, dan pertama kali berdiri pada Februari 2018. Belakangan ini, sepatu futsal Ortuseight menjadi pilihan karena harga relatif murah dibanding produsen lainnya dan kualitas yang cukup baik. Sulit untuk menemukan sepatu futsal yang harganya kurang dari 300 ribu. Sepatu dari Ortuseight ini memiliki corak yang unik, bentuk dengan pola yang masa kini, serta cukup kuat untuk digunakan secara terus menerus saat latihan beberapa kali dalam seminggu. Pangsa pasar ini rupanya menjadi incaran pasar Ortuseight.

Ortuseight memilih endorsement yang cukup mengejutkan untuk para penggemar futsal di Indonesia. Endorsement tersebut dengan pemain Timnas futsal Indonesia sekaligus captain dalam Timnas, yaitu Bambang Bayu Saptaji. Mengingat performa dan penampilannya yang berstandar tinggi, produk yang diberikan kepada mereka tentunya, bukanlah produk

yang biasa saja, Ortuseight juga mengeluarkan produk special untuk Bambang Bayu Saptaji, karena pemain ini termasuk pemain terbaik di Indonesia. Ortuseight kini tidak hanya menjadikan Bambang Bayu Saptaji sebagai endorser, tetapi kini telah berkolaborasi antara Ortuseight dan Bambang Bayu Saptaji (BBS) untuk merilis produk terbaru mereka, yaitu Jogosalam Maryelous BBS12 SE 2.0 yang merupakan produk kolaborasinya. Keunggulan yang dimiliki sepatu futsal Ortuseight adalah memiliki kualitas yang tinggi, serta cukup kuat untuk digunakan secara terus menerus saat latihan atau pertandingan beberapa kali dalam seminggu, model desain yang cukup menarik, pilihan warna dan ukuran yang banyak, dan harga yang sangat relative murah. Dengan adanya keunggulan dari sepatu futsal Ortuseight yang memiliki kualitas tinggi dan harga yang sangat relatif murah, sepatu futsal Ortuseight juga memiliki permasalahan yang akan diteliti, dengan keunggulan diatas, tetapi banyak pihak yang belum mengetahui banyak tentang sepatu futsal Ortuseight, dari konsumen satu, berpendapat bahwa Oruseight memiliki kualitas baik, tetapi dengan konsumen lainnya membuat para konsumen ragu untuk menggunakannya, karena dengan adanya harga sepatu futsal Ortuseight yang sangat relatif murah.

Penyebab yang mengakibatkan barang kurang diminati oleh masyarakat ialah barang yang kurang terkenal dan tidak banyak diketahui oleh masyarakat. Hal ini merupakan cara yang kurang baik karena bisa memundurkan usaha yang ditekuni oleh pelaku usaha. Selain itu merek dan kualitas barang juga amat bermanfaat bagi masyarakat untuk melakukan pengambilan keputusan untuk pembelian. Sebelum melaksanakan pembelian barang maka seseorang akan selalu mengutamakan melihat dan menilai produk engan merek yang menyertainya. Citra pada merek ialah persepsi dari pandangan masyarakat yang menyatakan bahwa semakin banyak orang yang menggandrungi merek itu maka akan semakin bagus merek yang dipasarkan oleh perusahaan dagangnya (Kotler dan Keller, 2016).

Selain itu, ketika bisnis bersaing, kebijakan penetapan harga harus diperhitungkan juga oleh pelanggan untuk sebelum membeli barang atau jasa. Pelanggan mungkin mengabaikan suatu produk karena harganya yang relatif tinggi dibandingkan dengan pesaingnya dalam keadaan tertentu (seperti permintaan elastis). Harga ialah tarif yang dipasang untuk mendapatkan sebuah produk yang dipasarkan oleh perusahaan dengan nilai guna dan manfaat yang dijanjikannya (Alma 2013).

Merek ialah cara untuk menarik pelanggan agar pelanggan dapat memisahkan produk yang satu dengan produk yang lain untuk menjadikannya bergengsi dan bermanfaat bagi segala kalangan yang membutuhkan. Kualitas dari sebuah produk ialah barang yang memiliki kualitas dengan cara yang baik untuk melakukan pemasaran dan mengadakan pengembangan kearah yang lebih baik untuk investasi uang masa kini dan masa depan (Kotler dan Keller, 2016:164).

Merek sepatu olahraga Ortuseight memiliki kredibilitas serta keadaan yang baik dan memiliki *value* estetika yang tinggi. Barang yang perusahaan ini keluarkan ialah barang dengan kualitas tinggi serta mengutamakan performa. Keputusan pembelian konsumen ialah hal yang telah dipertimbangkan dan memudahkan seseorang untuk melakukan pembelian karena telah melalui serangkaian bahan dan model yang diapresiasi (Tjiptono, 2014:21). Barang yang dibeli ialah barang dengan kebutuhan dan daya guna untuk menjadikan kebutuhan hidup seseorang terlaksana dengan baik dan memudahkan aktivitas yang dijalankannya.

Berdasarkan latar belakang, peneliti memandang penting untuk dilakukan penelitian berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL ORTUSEIGHT (STUDI KASUS PADA UNIT KEGIATAN OLAHRAGA MAHASISWA (UKOM) FUTSAL PUTRA DAN PUTRI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang permasalahan yang diangkat, berikut dapat dirumuskan:

- 1) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight ?
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight ?
- 3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight ?
- 4) Apakah citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ialah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight.
4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Ortuseight.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian ialah:

1. Manfaat Teoritis

Berharap mampu membagikan ilmu pemahaman terkait judul kajian yang dilaksanakan serta memudahkan untuk mengadakan acuan untuk referensi kebutuhan penelitian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Diharapkan mampu untuk menginformasikan cara yang terbaik untuk menjadikan pemasaran dengan cara yang berkualitas dan menyesuaikan pemasaran dengan target pasar.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bisa menjadi sarana atau referensi untuk pengumpulan informasi literatur dan kelengkapan teori terkait judul yang dikaji. Selain itu, penelitian ini merupakan sarana untuk memperluas cakrawala berpikir seseorang.

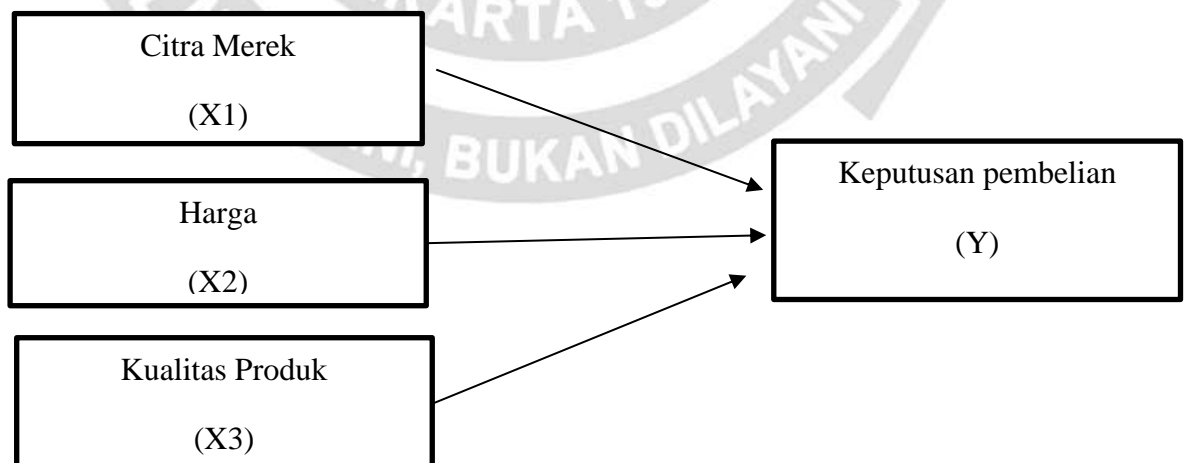
c. Bagi akademik

Berharap mampu memberikan sumbangan ilmu terkait kaidah penelitian dan tambahan wawasan seputar tema yang diteliti untuk pengetahuan dan penelitian.

d. Bagi penulis

Diharapkan bisa untuk menjadi ilmu yang bermanfaat dan bisa diaplikasikan di dalam kehidupan untuk pembekalan ilmu.

1.5. Kerangka Pemikiran



Gambar 1-1 Kerangka Berpikir