

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis pada masa modern ini sudah meningkat amat cepat serta mendapati metamorphosis yang berkesinambungan. Tiap pelaku usaha dibutuhkan untuk menetapkan kesenangan customer selaku tujuan utama serta peka pada tiap perubahan yang mungkin timbul ((Nurhanifah, 2014)). Tanpa keraguan dalam usaha bisnis jersey olahraga, mulai dari ukuran yang sederhana, seperti membuka offline store, serta juga menjual secara online.

Teknologi yang makin pesat menciptakan perbedaan untuk dunia usaha makin cepat. Customer mendesak sebuah produk yang selaras dengan keperluan serta daya beli mereka. Perihal ini berlangsung lantaran adanya perkembangan kesadaran publik akan manfaat dari olahraga. Realita ini ialah peluang bagi produsen toko keperluan olahraga dengan mengeluarkan bermacam jenis serta brand yang diproduksi. Mengetahui tingkah laku customer, yang terus berganti, amat utama bagi bisnis lantaran memengaruhi cara customer menciptakan keputusan terkait apa yang akan dibeli. Mengetahui tingkah laku customer amatlah esensial sudah jadi atensi bermacam jenis perusahaan, yakni perusahaan olah raga. Perihal ini diakibatkan adanya perkembangan intensi serta kesadaran berolah raga dalam publik meningkat cepat, ditandakan dengan meningkatnya pusat-pusat olah raga seperti lapangan futsal serta lapangan sepak bola. Olahraga jadi keperluan yang utama bagi pribadi-pribadi modern masa kini lantaran berolahraga selain bisa menjadikan tubuh lebih sehat serta menurunkan risiko terjangkit bermacam jenis penyakit / berolahraga juga jadi alasan publik untuk mengabdikan waktu luangnya berkaitan dengan kegemaran berolahraganya.

Seseorang dalam berolahraga memakai baju olahraga ataupun dapat dikenal dengan nama Jersey untuk menunjang aktivitas olahraganya. Jersey ialah nama baju untuk berolahraga, tetapi sering dikatakan baju sepak bola. Banyak informasi menyebar di dunia maya mengatakannya jersey selaku baju bola, nyatanya nama jersey tidak cuma untuk baju yang berhubungan dengan sepak bola saja, banyak baju olahraga lain yang menggunakan nama jersey. Berlandaskan hal tersebut bisa

dinyatakan bahwasanya kata jersey tidak cuma untuk baju sepak bola saja namun baju olahraga lain yang mempunyai bentuk serta ciri khusus yang sama bisa dikatakan dengan jersey.

Tren pembuatan jersey masa kini sedang berkembang, jadikan total kompetitor makin banyak. Keadaan ini sendiri membuat persaingan yang makin ketat diantara para produsen lantaran mereka masing-masing berusaha menguasai pasar dengan meraih sejumlah mungkin customer. Ada sejumlah kompetitor yang jadi kompetitor dalam produksi jersey seperti Awa Sport, Ganior, Nation Sport, serta Grygera. Kompetitor tersebut seringkali berkompetisi untuk menarik intensi customer supaya belanja komoditas mereka. Utamanya kualitas produk jadi satu dari prioritas oleh Kalimasada Sport, lantaran dalam kualitas produk yang mesti dipunyai Kalimasada Sport dapat mencukupi keperluan serta kepuasan customer.

Kalimasada *Sport* ini ialah toko (gerai), konveksi serta tempat produksi yang dibangun di tahun 2018 yang ialah toko hasil dari produksi mandiri (*Homemade*). Terdapat sejumlah ketersediaan produk yang di jual ataupun di produksi pada customer yakni Jersey Printing ataupun NonPrinting, Jaket serta *T-shirt*, Kaos kaki. Produk yang ditawarkan ialah porduk dengan model serta design yang selaras dengan trend masa kini, serta bisa juga custom design selaras harapan customer, serta dengan persaingan harga yang cukup terjangkau.

Bisnis dipaksa untuk bereaksi lebih cepat untuk memikat customer lantaran persaingan komersial yang makin ketat, terutama persaingan dari bisnis yang serupa dengan mereka. Oleh karenanya, pelaku bisnis yang memakai konsep marketing mesti amat mengamati tingkah laku customer serta elemen-elemen yang memengaruhi keputusan customer tersebut untuk belanja. Tujuan sebuah industri dalam memasarkan sebuah produk ialah untuk mengetahui keperluan serta harapan target marketnya ataupun customer agar bisa memuaskan keperluan serta harapan mereka secara lebih efektif serta efisien dibandingkan para kompetitornya. (Hartono et al., 2012).

Keputusan pembelian ialah sebuah cara tertentu untuk mengungkapkan sebuah permintaan informasi apakah akan melakukan pembelian ataupun tidak, yang berasal dari proyek serta inisiatif sebelumnya (Akmalia Syarifa Dewi, 2017). Keputusan dalam belanja bisa menuju kepada bagaimana alur ketika penarikan keputusan itu dilaksanakan. Banyak aspek yang jadi penilaian customer sebelum menentukan untuk belanja sebuah kualitas. Hingga pengusaha mesti teliti dalam melihat aspek-aspek apa saja yang mesti diamati untuk memikat customer.

Dua elemen yang memengaruhi keputusan customer ketika melakukan pembelian ialah produk dan harga. Menciptakan keputusan melibatkan penilaian faktor produk. produk yang dijual mesti berkualitas tinggi, khas, serta desain menarik. untuk memikat intensi customer dalam belanja. Kualitas produk yang baik akan memotivasi usaha untuk tetap beroperasi serta mampu berkompetisi. Selain fakta bahwasanya kualitas produk ialah teknik marketing yang utama, kualitas ialah satu dari variable yang dinilai customer sebelum belanja sebuah kualitas. Mengingat tidak semua bisnis berhasil jadi populer, maka bisnis yang mengutamakan kualitas produk akan mempunyai keunggulan dibanding rivalnya dalam mengamankan pangsa pasar. Kualitas produk menurut Ari Dwi Astuti (2020) ialah kapasitas sebuah kualitas untuk membagikan hasil ataupun kinerja yang selaras ataupun bahkan melampaui keinginan.

Harga ialah komponen utama selain aspek kualitas. Harga produk yang ditentukan oleh korporasi mempunyai dampak yang signifikan untuk keputusan customer. (Yuvira et al., 2021) Aspek penentu kedua ialah harga, yang bisa dikelola oleh management penjualan ataupun marketing. Menawarkan tarif yang lebih rendah daripada bisnis lain ialah satu dari taktik yang bisa dipakai pemilik bisnis ketika menetapkan harga untuk customer. Produk berkualitas tinggi dengan harga berkompetisi akan banyak diminati. Sebaliknya, customer akan enggan belanja sebuah komoditas jikalau harga yang ditawarkan tidak mencerminkan kualitas produk tersebut.

Customer memikirkan lokasi sesudah mengevaluasi kualitas serta biaya produk. Satu dari hal yang dinilai pengusaha saat memulai suatu industri ialah lokasi. Lokasi bisnis menetapkan bagaimana bisnis itu beroperasi serta di mana produksi produk serta jasa berlangsung. Lokasi sebuah usaha mempunyai pengaruh yang signifikan pada harapan customer untuk berkunjung serta berbelanja disana (Agnel Geby Putri, 2021). Industri mesti bijak dalam menentukan lokasi yang lebih strategis menguntungkan lantaran lokasi ialah satu dari faktor yang memengaruhi keberhasilan sebuah usaha.

Berlandaskan latar belakang diatas, peneliti melihat keutamaan untuk menjalankan riset terkait pengaruh kualitas produk, harga, serta lokasi pada keputusan pembelian. Maka riset ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport (Studi kasus pada pemain Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan).**

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah di atas, maka bisa dirumuskan pertanyaan di bawah ini:

- 1) Apakah kualitas produk punya pengaruh pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan?
- 2) Apakah harga punya pengaruh pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan?
- 3) Apakah lokasi punya pengaruh pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan?
- 4) Apakah kualitas produk, harga serta lokasi secara bersamaan punya pengaruh pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan riset ini ialah:

- 1) Untuk menemukan pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan.
- 2) Untuk menemukan pengaruh harga pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan.
- 3) Untuk menemukan pengaruh lokasi pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan.
- 4) Untuk menemukan pengaruh kualitas produk, harga serta lokasi secara bersamaan pada keputusan pembelian Jersey Futsal di Toko Kalimasada Sport pada Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat riset ini ialah diantaranya:

1) Manfaat Teoritis

a. Untuk peneliti

Bisa menerapkan teoritis yang sudah didapati peneliti di bangku kuliah, serta mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah peneliti dapatkan serta menambah wawasan serta pengalaman bagi peneliti.

b. Untuk Akademisi

Hasil riset ini diharapkan bisa jadi pengetahuan serta referensi perpustakaan bagi riset-riset berikutnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian customer.

2) Manfaat Praktis

Menolong industri dengan adanya informasi terkait pengaruh kualitas produk dan harga pada keputusan pembelian customer diwaktu mendatang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam riset ini peneliti menarik narasumber pada pemain Futsal Putra & Putri SMK Negeri 2 Tangerang Selatan yang bertempat di Jalan Raya Pondok Aren No. 52, Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 1522 serta untuk total narasumber yakni 50 narasumber dengan memakai *purposive sampling*. Peneliti membatasi ruang lingkup cuma pada atribut – atribut seperti kualitas produk, harga, serta lokasi pada keputusan pembelian. Untuk memudahkan memperoleh data yang dibutuhkan.

