

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri olahraga sepak bola saat ini menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat Indonesia (Hakim, 2022). Hal ini terjadi karena terlihat dari semakin banyaknya penggemar dan supporter sepak bola di Indonesia. Ini dibuktikan pada pertandingan sepak bola di kejuaraan Asia maupun kejuaraan Dunia, kini di Indonesia memiliki komunitas supporter yang cukup banyak dari berbagai kota maupun daerah. Banyak supporter sepak bola yang ingin ikut merasakan bermain di dalam lapangan yaitu berada di dalam stadion. Namun yang menjadi halangan terbesar adalah lahan untuk bermain sepak bola sangat terbatas, umumnya di kota-kota besar di Indonesia. Sebab itu, futsal sebagai salah satu alternatif bagi memenuhi kemauan tersebut.

Futsal merupakan permainan sepak bola yang dimainkan di lapangan tertutup oleh dua regu yang terdiri dari lima pemain di setiap tim. Olahraga ini menggabungkan intensitas sepak bola dengan elemen-elemen permainan dalam ruangan. Futsal memiliki aturan permainan yang khusus dan mempromosikan teknik serta kecepatan dalam permainan. Mulai populer pada tahun 2000-an, futsal mendapat sambutan positif dari masyarakat global, termasuk di Indonesia. Selain diminati oleh kalangan pria, futsal juga menarik minat wanita dan menjadi bagian dari gaya hidup anak muda (Andriani, 2019). Di Indonesia, Federasi Futsal Indonesia (FFI) aktif mengelola berbagai kejuaraan futsal, memberikan kesempatan kepada atlet untuk bersaing dan mengembangkan bakat mereka.

Salah satu atribut penting dalam mendukung praktik olahraga ini adalah sepatu futsal. Fungsinya tidak hanya sebagai penunjang kenyamanan pemain saat bermain sepak bola dalam ruangan, tetapi sepatu futsal kini juga menjadi simbol ekspresi dan karakteristik pribadi pemiliknya (Gerung,

2020). Hal ini membuka peluang bagi para produsen sepatu olahraga. Bahkan, produsen lokal berani saing dengan produsen asing untuk membuktikan mana kualitas yang terbaik dan keduanya mendapat manfaat dari berkembangnya pasar penggemar futsal. Bisnis sepatu terus sedang mengalami perkembangan yang pesat, keadaan ini ditandai karena maraknya model sepatu baru yang banyak beredar di kalangan masyarakat pada umumnya. Sepatu merupakan barang tahan lama dan merupakan produk toko yang atributnya terus dianalisis berdasarkan nilai, merek, harga, dan kenyamanan tujuan dalam penentuan dan proses pembelian.

Persaingan bisnis sepatu di Indonesia semakin sengit, produsen sepatu bersaing menciptakan beragam pembaruan dan mempromosikan produk sepatunya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya produsen lokal dan produsen asing yang meningkatkan pangsa pasar di Indonesia. Namun ini merupakan ancaman untuk produsen asing yaitu semakin banyaknya barang lokal bermunculan (Dwi, 2022). Tentu saja hal ini menjadi ancaman bagi pabrikan asing yaitu Adidas. Adolf Dasler dan Rudolph Dassler mendirikan Adidas di Kota Herzogenaurach, Jerman pada tahun 1920. Sepatu futsal Adidas seperti predator berfokus pada kinerja dengan balutan kaki bagian tengah dan sol luar yang dirancang untuk memperkuat traksi pada permukaan datar.

Industri sepatu terus mengalami pertumbuhan pesat yang ditandai dengan bermunculannya desain sepatu terbaru menjadi trendi di kalangan umum. Sepatu merupakan barang tahan lama konsumen dan toko khusus yang sering dipertimbangkan berdasarkan kualitas, merek, harga, dan kenyamanan pada proses pemilihan atau pembelian. Mendahulukan kualitas produk sebagai strategi utama memberikan perusahaan keunggulan yang signifikan dalam penguasaan pasar, karena tidak semua pesaing mampu mencapai prestasi serupa. Tingkat kinerja atau hasil yang diantisipasi oleh pelanggan merupakan tolok ukur utama untuk mengukur kualitas produk (Saebani, 2023).

Efektivitas harga dalam konteks keputusan pembelian sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Harga yang ditetapkan untuk suatu produk atau layanan dapat menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Sumilat, 2022). Harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai atau kualitas produk dapat meningkatkan daya tarik produk tersebut di mata konsumen. Di sisi lain, diskon atau penawaran khusus juga dapat memberikan insentif bagi konsumen untuk memilih suatu produk dibandingkan dengan yang lain. Dengan demikian, strategi penetapan harga yang efektif dapat menciptakan keunggulan kompetitif, memenangkan kepercayaan konsumen, dan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, pemahaman terhadap harga juga dapat menciptakan persepsi nilai yang positif, memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian, dan akhirnya berkontribusi pada kesuksesan pemasaran suatu produk atau layanan.

Promosi memiliki peran krusial dalam mencapai tujuan penjualan perusahaan, selain dari aspek kualitas produk dan harga. Untuk mendorong konsumen agar mendaftar atau mencoba produk perusahaan, diperlukan kesempatan bagi mereka untuk menguji atau meneliti produk tersebut terlebih dahulu. Namun, konsumen mungkin enggan melakukannya jika masih merasa ragu terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, promosi yang ditargetkan dengan tepat menjadi suatu keharusan untuk menciptakan dampak positif dan meningkatkan penjualan (Sari, 2021).

Melalui program promosi, pelaku usaha bisa menyampaikan produknya ke konsumen. Konsumen bisa mengetahui fungsi dari produk tersebut agar mendorong mereka untuk mencobanya kemudian mengambil keputusan supaya membeli produknya. Keputusan pembelian adalah memilih salah satu antara dua atau lebih alternatif (Ismiatun, 2022). Dengan adanya keunggulan dari sepatu futsal Adidas yang memiliki kualitas tinggi dan harga relatif mahal, sepatu futsal Adidas juga memiliki permasalahan yang akan diteliti dengan keunggulan di atas, tetapi banyak pihak yang belum mengetahui tentang sepatu futsal Adidas, dari konsumen satu berpendapat

bahwa Adidas memiliki kualitas baik, tetapi dengan konsumen lainnya membuat ragu untuk menggunakannya, karena dengan harga sepatu futsal Adidas yang relatif mahal.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas (Studi Kasus Club Futsal Funny di HS Agung Pondok Kopi)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan paparan yang ada dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah untuk kajian penelitian ini ialah:

1. Apakah pembelian sepatu futsal Adidas dipengaruhi oleh kualitas produk?
2. Apakah keputusan pembelian sepatu futsal Adidas dipengaruhi oleh faktor harga?
3. Apakah keputusan pembelian sepatu futsal Adidas dipengaruhi oleh upaya promosi?
4. Apakah keputusan pembelian sepatu futsal Adidas dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan promosi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menilai dampak kualitas produk pada keputusan pembelian sepatu futsal Adidas.
2. Meneliti dampak harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Adidas.
3. Mengetahui pengaruh promosi dalam keputusan pembelian sepatu futsal Adidas.
4. Menilai dampak keputusan pembelian sepatu futsal Adidas dari aspek kualitas produk, harga, dan promosi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yang signifikan dalam konteks pemahaman perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Melalui analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Adidas, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam konteks industri olahraga, khususnya sepatu futsal.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat untuk Universitas: Penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap reputasi universitas sebagai pusat pengetahuan dan riset.
- b. Manfaat untuk Perusahaan: Perusahaan khususnya produsen sepatu futsal Adidas, dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai panduan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka.
- c. Manfaat untuk Peneliti Selanjutnya: Peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan temuan penelitian ini sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut.
- d. Manfaat untuk Industri: industri sepatu futsal secara keseluruhan dapat mengambil manfaat dari penelitian ini.
- e. Manfaat untuk Konsumen: Konsumen juga dapat mendapatkan manfaat, karena penelitian ini dapat membantu meningkatkan ketersediaan produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mencakup variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), dan Keputusan Pembelian (Y). Kasus studi dilakukan di Club futsal funny di HS Agung Pondok Kopi.

