

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi di era modern ini, dunia bisnis mulai beralih yang awalnya berjualan offline menjadi penjualan online. Begitu cepatnya perubahan zaman menjadi era digitalisasi, membuat banyak pedagang mau tidak mau harus berubah dalam sistem penjualan (Kasali, 2016). Dengan mudahnya akses internet dalam kehidupan sehari-hari membuat konsumen dalam menentukan pembelian barang yang akan dikonsumsi / dipakai sangatlah berhati-hati. Mereka cenderung aktif dalam mencari info akan produk tersebut sehingga membuat produsen harus bisa memberikan informasi yang tepat guna agar produknya dibeli oleh konsumen.

Kotler dan Armstrong (2017) menjelaskan bahwa konsumen di era digitalisasi ini cenderung membeli produk melalui via *smartphone (mobile internet)*, mereka menggunakan internet untuk keperluan pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini perlu digarisbawahi oleh produsen dalam menawarkan produk mereka. Informasi yang jelas, iklan tepat guna, kualitas produk, harga, dan mudahnya dalam pencarian produk menjadi tolak ukur untuk menggaet konsumen agar membeli. Shannon dan Joel (2017) menjelaskan dalam bukunya bahwa tahun 2016 lalu di Amerika Serikat terjadi peningkatan penjual retail *e-commerce* sebanyak 35% dari tahun 2015, hal ini disebabkan oleh meluapnya konsumen pembelian melalui online. Berdasarkan

pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa produsen mulai beralih menjual melalui via online dikarenakan lebih mudah menjangkau konsumen.

Konsumen dalam beberapa tahun terakhir semakin cerdas dalam memilih produk. Konsumen mampu membandingkan produk satu dengan produk yang lain tanpa harus keluar rumah dan hasilnya pun maksimal sesuai dengan harapan konsumen. Persaingan produsen dalam menawarkan produk pun semakin ramai. Produsen yang masih menggunakan sistem penjualan tradisional makin lama tergerus oleh perkembangan zaman jika tidak berubah (Kasali, 2016). Konsumen dalam menentukan pembelian mempunyai faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, dan *branded*. Pertimbangan ini menjadi faktor dominan konsumen dalam memutuskan membeli produk.

Toko sepatu After.Disc Semarang merupakan toko sepatu yang menjual produk sepatu original berbagai merk terkenal baik dari indonesia maupun luar negeri. Produk sepatu yang paling banyak dicari konsumen di Toko sepatu After.Disc Semarang adalah sepatu merk *New Balance*. Sepatu *New Balance* adalah produk sepatu dari Amerika Serikat yang sudah ternama di pasar sepatu dunia. Toko sepatu After.Disc Semarang menjual sepatu *New Balance* yang original dengan harga yang murah diantara toko yang lain dan kualitas original. Citra merk *New Balance* yang sudah tidak diragukan lagi dalam dunia penjualan sepatu. Adapun data omzet penjualan sepatu *New Balance* di Toko sepatu After.Disc Semarang selama beberapa tahun terakhir diantaranya :

Tabel 1.1
Omzet Penjualan Sepatu *New Balance* di After.Disc Semarang 2016-2021

Tahun	Jumlah Omzet Penjualan (Rupiah)	Selisih	Prosentase (%)
2016	Rp. 55.300.000	-	-
2017	Rp. 53.850.000	(Rp 1.450.000)	-2,62%
2018	Rp. 58.780.000	Rp 4.930.000	8,38%
2019	Rp. 60.550.000	Rp 1.770.000	3,01%
2020	Rp. 55.560.000	(Rp 4.990.000)	-8,24%
2021	Rp. 59.940.000	Rp 4.380.000	7,88%

Sumber : data sekunder omzet penjualan toko sepatu After.Disc Semarang, 2022

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa penjualan sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang mengalami naik turun. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 8,38% dari penjualan di tahun 2017 sebesar Rp 4.930.000. Sedangkan pada tahun 2020, penjualan sepatu *New Balance* mengalami penurunan yang drastis sebesar -8,24%. Hal ini diakibatkan oleh efek pandemi *Covid-19* yang membatasi pergerakan penjualan toko sepatu After.Disc Semarang. Dan ditahun 2021, Toko sepatu After.Disc Semarang mengalami kenaikan kembali sebesar 7,88%.

Naik turunnya penjualan sepatu *New Balance* di Toko sepatu After.Disc Semarang diduga dikarenakan konsumen yang semakin teliti dalam mencari informasi sebelum memutuskan membeli. Faktor-faktor pertimbangan yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sepatu *New Balance* yaitu harga yang terjangkau diantara toko sepatu lain, kualitas produk sepatu yang masih dipertanyakan konsumen, serta konsumen baru yang belum mengerti akan kiprah dari sepatu *New Balance*. Toko sepatu After.Disc Semarang menjual sepatu melalui penjualan *offline* dan *online* melalui *marketplace* Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee.

Penjualan *offline* rata-rata pembelinya dari dalam kota Semarang yang sudah mengetahui harga jual toko sepatu After.Disc Semarang yang murah, konsumen mengetahui akan originalitas sepatu *New Balance*, dan konsumen juga sudah tahu akan citra merk sepatu *New Balance*. Sedangkan penjualan *online* menjangkau konsumen di seluruh Indonesia baik masih yang awam hingga yang sudah berpengalaman. Konsumen toko sepatu After.Disc Semarang didominasi oleh konsumen melalui penjualan *online* karena mampu menjangkau konsumen seluruh Indonesia.

Konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk sepatu *New Balance* rata-rata mempertanyakan harga, kualitas produk, dan citra merk sepatu *New Balance*. Harga jual yang ditawarkan oleh toko sepatu After.Disc Semarang terbilang murah dibandingkan dengan toko sepatu yang lain. Kualitas produk juga terbukti original, dan citra merk *New Balance* diinfokan kepada konsumen. Hal tersebut merupakan upaya dari toko sepatu After.Disc Semarang untuk memberikan informasi kepada konsumen untuk menguatkan keyakinan agar memutuskan membeli produk.

Harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Syariful Anam, dkk (2021) menjelaskan bahwa harga memiliki peran dalam pembelian konsumen. Semakin murah harga yang ditawarkan dari pesaing maka konsumen akan membeli produk tersebut. Konsumen sekarang mampu membandingkan tingkat harga jual melalui *smartphone* tanpa harus pergi ke setiap toko yang menjual sepatu dengan merk sama. Toko sepatu After.Disc Semarang menjual dengan harga yang dibawah dari harga toko sepatu yang ada di Mall. Hal

ini karena toko sepatu After.Disc Semarang dikelola oleh pemilik pribadi sehingga harga jual sepatu bisa di tekan menjadi lebih murah.

Beberapa penelitian terdahulu yang mencoba meneliti tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Muhammad Syariful Anam, dkk (2021), Lutfatul Afdillah (2021), Venni Saniyatul Mubarakah (2021), Noviana Dwi Saputri, dkk (2021), dan Rio Setiawan, dkk (2021) telah melakukan penelitian tentang harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Temuan yang dihasilkan dari penelitian menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen condong mencari produk yang harganya murah untuk dibeli dan digunakan untuk keperluan sehari-hari. Harga yang murah harus dibarengi dengan kualitas produk yang baik.

Kualitas produk sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang sudah tidak bisa diragukan lagi. Toko sepatu After.Disc Semarang menjual sepatu yang original dan tidak palsu. Toko sepatu After.Disc Semarang memberikan garansi penuh apabila sepatunya palsu maka sepatu tersebut diberikan gratis ke konsumen dan uang pembelian dikembalikan full. Hal ini merupakan upaya dari toko sepatu After.Disc Semarang dalam menjaga benar-benar kualitas produk sepatu *New Balance* agar konsumen memutuskan untuk membeli.

Kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan oleh Muhammad Syariful Anam, dkk (2021), Lia Eka Saputri, dkk (2021), Shisillia Octaviani, dkk (2021), Venni Saniyatul Mubarakah (2021), dan Rio Setiawan, dkk (2021) melalui penelitian mereka. Hasil temuan dari penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan

pembelian konsumen. Para konsumen akan mencari produk yang berkualitas demi kenyamanan pemakaian. Selain itu produk yang original akan lebih tahan lama daripada produk imitasi. Harga yang murah dan kualitas yang bagus (original) merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, apalagi dibarengi dengan citra merk yang sudah mendunia. Semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli.

Citra merk (*brand image*) dari sepatu *New Balance* sudah tidak diragukan lagi. Sepatu *New Balance* sudah ada dari tahun 1906 di Amerika Serikat membuat konsumen semakin percaya akan kualitas yang ditawarkan sepatu *New Balance*. Kredibilitas yang dibangun selama berpuluh-puluh tahun membuat citra merk sepatu *New Balance* sudah mendunia. Toko sepatu After.Disc Semarang menjual sepatu *New Balance* yang original dengan harga jual yang murah. Citra merk sepatu *New Balance* yang sudah mendunia, kualitas original yang sudah terbukti dengan harga jual yang murah membuat konsumen semakin kuat keyakinannya untuk membeli.

Banyak peneliti yang meneliti pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian diantaranya Muhammad Syariful Anam, dkk (2021), Venni Saniyatul Mubarakah (2021), Rio Setiawan, dkk (2021), dan Via Alya Nandasari, dkk (2021). Hasil temuan dari penelitian terdahulu menyatakan bahwa citra merk (*brand image*) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Konsumen akan menentukan pembelian pertama pada produk yang merknya sudah dikenal masyarakat. Dengan citra merk yang sudah dikenal maka dapat dipastikan kualitasnya pasti bagus.

Adapun beberapa temuan dari penelitian terdahulu yang menghasilkan temuan berbanding dengan hasil temuan yang mendukung diantaranya penelitian dari Lia Eka Saputri, dkk (2021) dan Lutfatul Afdillah (2021) yang menghasilkan temuan kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berbanding dengan temuan dari Muhammad Syariful Anam, dkk (2021), Lia Eka Saputri, dkk (2021), Shisillia Octhaviani, dkk (2021), Venni Saniyatul Mubarakah (2021), dan Rio Setiawan, dkk (2021) yang menghasilkan temuan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya perbedaan hasil temuan (riset gap) dari penelitian terdahulu, maka dapat dikatakan variabel harga, *brand image*, dan kualitas produk perlu untuk dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini.

Penelitian ini mencoba meneliti tentang pengaruh harga, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang. Dasar dalam penelitian ini adalah naik turunnya omzet penjualan sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang. Dengan naik turunnya omzet penjualan dapat dikatakan bahwa konsumen dalam memutuskan pembelian semakin kritis. Hal ini semakin dikuatkan dengan adanya perbedaan temuan hasil penelitian terdahulu antara variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan tidak adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan dari penjelasan diatas dan literatur yang mendukung, maka dapat dikatakan bahwa harga, *brand image*, dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga terbentuk judul penelitian ini

“Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu New Balance di Toko Sepatu After.Disc Semarang”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian di atas, maka permasalahan yang ada dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang?
2. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang?
4. Bagaimana pengaruh Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

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

1.3.2 Tujuan Umum Penelitian

Tujuan umum dalam hal ini adalah untuk mengetahui pengaruh Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang.

1.3.3 Tujuan Khusus Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang.
2. Untuk menguji dan menganalisis *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang.
3. Untuk menguji dan menganalisis Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang.
4. Untuk menguji dan menganalisis Harga, *Brand Image*, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu *New Balance* di toko sepatu After.Disc Semarang.

1.3.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari kegiatan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi toko sepatu After.Disc Semarang

Penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan kepada toko After.Disc dalam menyusun strategi memasarkan produknya.

2. institusi / kampus

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen, khususnya bidang pemasaran produk maupun jasa.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan literatur yang berguna bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian yang serupa.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini terbagi dalam lima bab pembahasan diantaranya sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini menguraikan tentang teori-teori atau referensi yang relevan dengan apa yang diteliti yaitu Harga, *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian yang akan membentuk suatu kerangka teoritis yang berguna

dalam menyusun skripsi ini, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, identifikasi dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan uji statistik yang akan digunakan, serta cara melakukan pengambilan keputusan.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini membahas secara rinci hasil dari penelitian yang disajikan menurut topik dan sub topik secara runtut dan berurutan. Bab ini menjabarkan permasalahan penelitian yang diangkat berdasarkan hasil data yang telah diolah dan kaitannya dengan landasan teori yang relevan. Hasil yang didapatkan akan disajikan dalam bentuk uraian yang digabungkan dengan tabel, gambar, maupun grafik.

Bab V Penutup

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dibuat sesuai dengan apa yang telah dikemukakan.