

BAB I **PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Penelitian

Sepatu merupakan hal penting bagi semua kalangan untuk melengkapi penampilannya. Memakai sepatu adalah upaya yang dilakukan masyarakat untuk tampil menarik mengikuti model yang sedang diminati banyak orang. Untuk memenuhi hal tersebut maka banyak bermunculan merek sepatu yang memiliki kualitas yang bagus, dengan berbagai model dan desain yang bersaing. Saat ini Converse menjadi salah satu produk sepatu yang banyak diminati oleh masyarakat.

Converse merupakan salah satu pabrikan sepatu yang terkenal. Semakin majunya zaman masyarakat menggunakan sepatu Converse bukan hanya untuk berolahraga ataupun berkerja, tetapi juga untuk menunjang penampilan mereka. Model sepatu Converse sendiri sangat bervariasi, oleh karena itu Converse memiliki desain *casual*, sehingga konsumen memiliki daya tarik untuk membeli agar bisa tampil *trendy*.

Salah satu hal yang dapat dinilai dari apakah merek tersebut memiliki peminat dan banyak disukai orang bisa dilihat melalui *Top Brand Award*. *Top Brand Award* adalah sebuah penghargaan terhadap merek yang tergolong sebagai merek teratas yang banyak disukai orang sebagai daftar brand favorite dari masyarakat Indonesia. *Top Brand* ini didasarkan dari riset terhadap konsumen di Indonesia melalui tiga parameter yaitu *top of mind*, *share*, *top of market share*, dan *top of commitment*

share. Jadi hasil yang didapatkan adalah langsung dari konsumen tanpa ada hal-hal lain yang mendasarinya.

Berikut adalah *Top Brand Indeks* merek sepatu dari tahun 2020-2022:

Tabel 1. 1
Top Brand Indeks (TBI) Tahun 2020-2022

TOP BRAND INDEKS								
2020			2021			2022		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Converse	48,1%	TOP	Converse	51,3%	TOP	Converse	50%	TOP
Air Walk	9,3%	TOP	Air Walk	10,2%	TOP	Airwalk	12%	TOP
North Star	8,9%		NB	6,3%		NB	6,6%	
Bata	2,6%		North Star	4,9%		North Star	6,4%	
Adidas	1,2%		Adidas	1,4%		Adidas	1,8%	

Sumber : www.topbrand-award.com

Dapat dibandingkan TBI pada tahun 2020-2022 merek sepatu Converse masih urutan teratas dalam *Top Brand Award* selama tiga tahun . Bisa dilihat dari persentase diatas sepatu merek Converse masih menguasai pasar sepatu pelajar di Indonesia.

Persepsi adalah individu yang menyeleksi, mengelompokkan, dan menterjemahkan *stimulus* informasi yang ada untuk menjadi gambaran secara keseluruhan, Persepsi harga adalah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil (Schiffman dan Kanuk, 2007). Hal ini menunjukkan harga memiliki kesesuaian dengan barang yang telah ditawarkan oleh produsen Converse itu sendiri.

Kualitas produk adalah suatu keseluruhan barang dan jasa yang berhubungan dengan kesesuaian dengan kualitas yang konsumen dari suatu brand. Menurut Kotler (2012:283) kualitas adalah sebuah produk kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan *durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.*

Definisi citra merek adalah Citra merek (brand image) dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu (Sangadji dan Sopiah, 2013). Kesimpulan secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek, sama halnya ketika kita berpikir mengenai orang lain.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Konsumen sebagai pelaku utama dalam proses pembelian selalu menjadi perhatian Produsen.

Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian yang dilakukan oleh Qiana dan Lego (2021) hasil penelitian ini variabel Kualitas produk, Citra merek, Persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian masker seni. Penelitian ini akan menganalisis lebih lanjut dari penelitian yang dilakukan oleh Qiana dan lego (2021). Penelitian ini berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALLITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE”

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti

selanjutnya dan dapat sebagai referensi dalam materi manajemen pemasaran khususnya mengenai Persepsi harga, Kualitas produk, Citra merek dan Keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan bisa digunakan oleh para konsumen sebagai pertimbangan yang harus diperhatikan sebelum melakukan pembelian .

