

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam memasuki era globalisasi dewasa ini dan seiring dengan semakin berkembangnya dunia usaha akhir-akhir ini yang disertai dengan kemajuan teknologi, akan berpengaruh kepada semakin tajamnya persaingan dalam dunia bisnis baik pada perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Untuk menghadapi hal ini memaksa setiap perusahaan untuk terus-menerus meningkatkan kualitas produk atau jasanya agar dapat bersaing, dalam arti salah satu atau bahkan kedua unsur tersebut dapat memenangkan persaingan dalam persaingan dunia bisnis yaitu memiliki dan menghasilkan produk atau jasa yang bermutu.

Di dunia bisnis, dalam hal ini perkembangan perusahaan manufaktur yang semakin pesat dan sistem informasi yang tanpa batas dengan berbagai macam bentuk persaingan, membuat perusahaan harus berupaya lebih keras dalam membuat atau memasarkan produknya yang berkualitas agar dapat diterima oleh konsumen. Oleh karena itu untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat tersebut perusahaan haruslah dituntut untuk bisa menyusun strategi pemasaran dengan sebaik-baiknya.

Fenomena yang berkembang pada saat ini adalah olahraga futsal yang akhir –akhir ini berkembang sangat pesat di Indonesia, hampir semua kalangan menyukai olahraga satu ini, baik kalangan atas, menengah dan

mengeluarkan sepatu futsal untuk para penggemar olahraga Futsal. Perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain untuk dapat menciptakan sepatu futsal yang berkualitas, baik dari segi harga, promosi, dll.

Berdasarkan latar belakang dari masalah-masalah yang disebutkan di atas dan melihat dari pentingnya peranan perilaku konsumen bagi perusahaan maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul : **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* YANG MENIMBULKAN MINAT BELI KONSUMEN SEPATU FUTSAL”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan penulis sebagai berikut:

1. Faktor-faktor *marketing mix* apa saja yang menimbulkan minat beli konsumen dalam memilih produk sepatu futsal?
2. Faktor-faktor *marketing mix* yang manakah yang paling dominan yang menimbulkan minat beli konsumen dalam memilih produk sepatu futsal?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kecenderungan perilaku konsumen dalam memilih produk sepatu futsal. Secara khusus yang menjadi tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor *marketing mix* apa saja yang

1.1. Untuk menganalisis faktor-faktor *marketing mix* dalam memilih produk sepatu futsal

2. Untuk menganalisis faktor-faktor *marketing mix* yang manakah yang paling dominan yang menimbulkan minat beli konsumen dalam memilih produk sepatu futsal.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan dan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi kebijakan apa yang telah dan akan dilakukan perusahaan.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti.

Penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai sarana aplikasi ilmu pengetahuan yang telah didapat peneliti dari bangku kuliah dan hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan bagi peneliti.

b. Bagi Masyarakat.

Sebagai bahan wacana dan referensi untuk keperluan dalam hal