

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Semua hal menjadi praktis dan sangat mudah untuk di dapatkan. contoh dalam pencarian barang, pembayaran, maupun pengiriman. Fenomena ini menjadi peluang yang baik bagi berkembang para produsen alat-alat olahraga untuk mengembangkan produknya. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam memenangkan persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, perusahaan harus menampilkan produk yang terbaik, maksimal serta dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang, dan berubah dari tahun ke tahun. Maka, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen. hal tersebut dapat menentukan konsumen akan pembelian suatu barang dan konsumen akan loyal dengan produk kita.

Industri-industri olahraga saat ini mulai memperhatikan dan memahami perilaku konsumen. Dikarenakan masyarakat kini mulai berpikir selektif dan smart dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Meningkatnya kesadaran olahraga pada masyarakat jaman sekarang yang cepat dapat dilihat dengan menjamurnya tempat.

Seiring dengan kemajuan teknologi, dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Menurut Kotler (2005), perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti gym, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track diperumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga akan membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit. Dapat dibayangkan apabila terkena penyakit dan harus dirawat di rumah sakit, berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk hal itu.

Olahraga sebagai kebutuhan, inilah yang dibaca oleh perusahaan-perusahaan produsen yang memproduksi sepatu olahraga. Persaingan yang kompetitif pun ditunjukkan dengan berbagai macam pilihan sepatu yang tersedia di pasar. Beberapa perusahaan besar seperti Adidas, Nike, Puma, dan Reebok merupakan produsen yang mengalami persaingan ketat dalam industri ini. Perusahaan-perusahaan ini dituntut harus memiliki visi, misi, dan tujuan yang benar-benar berorientasi pada konsumen. Konsumen sendiri merupakan kunci utama perusahaan dalam meraih keuntungan dan pangsa pasar yang tinggi (Wijayanti, 2008), sehingga tidak heran bila perusahaan-perusahaan ini berlomba untuk memberikan kepuasan serta kualitas yang terbaik melalui produk yang dipasarkan. Pangsa pasar ini tercipta antara lain karena kepuasan dan kepercayaan yang tercipta karena efek dari penggunaan produk olahraga tersebut.

Pada tingkat persaingan yang sangat kompetitif ini, konsumen akan sangat selektif dalam memilih sepatu olahraga khususnya sepatu Futsal yang akan dibelinya. Konsumen saat ini perlu mempertimbangkan aspek-aspek lain sebelum memutuskan untuk membeli sepatu agar dapat menunjang performa mereka ketika berolahraga Futsal dan juga sepatu yang menarik akan menambah tingkat kepercayaan diri pengguna sepatu tersebut. Salah

satu aspek yang dipertimbangkan konsumen adalah Persepsi harga Dengan demikian untuk mempengaruhi pelanggan harga merupakan salah satu yang penting untuk diperhatikan perusahaan dalam menawarkan sebuah produk sehingga dapat menciptakan keputusan pembelian.

Data pra survey menunjukkan bahwa salah satu keputusan pembelian dipengaruhi oleh inovasi. sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakasai atau memperbaiki suatu produk atau proses, dan jasa. Inovasi sendiri bisa disebut sebagai pembaharuan baik itu produk baru, produk lama yang diperbarui dan produk lama yang disempurnakan. Inovasi diharapkan mampu menarik keputusan pembelian sepatu futsal adidas di kalangan mahasiswa yang heterogen.

Tabel 1.1
Kategori Sepatu Olahraga Tahun 2017-2018

SEPATU LARI/ OLAHRAGA		
MERЕК	TBI	TOP
Adidas	34.6	TOP
Nike	29.2%	TOP
Reebok	5.8%	
Eagle	5.4%	
Ardiles	4.2%	

Sumber: Top Brand Index 2017-2018

Tabel 1.1 menunjukan Nike selalu menempati posisi dua besar dalam dua tahun yang diadakan Top Brand untuk kategori sepatu olahraga. Walaupun demikian, Nike terlihat masih kalah dibandingkan dengan saingan utamanya yaitu Adidas yang selalu menduduki peringkat pertama dalam kategori sepatu olahraga.

Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran dan sering disebut sebagai proses berlanjut. Ini disebabkan dari promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Sekarang lebih dikenal dengan istilah Promotional

Mix, yaitu kombinasi strategi yang paling baik dari variabel periklanan, personal selling atau alat promosi lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. (Swastha, 2001)

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian baru berdasarkan penelitian terdahulu atau replikasi yang dilakukan oleh Umaternate (2017). Perbedaan Penelitian yang dilakukan dengan sebelumnya adalah pada objek dan subjeknya. Penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitiannya adalah Sepatu futsal Nike dan subjeknya adalah konsumen Manado. Yang membedakan dari penelitian ini yaitu subjeknya adalah masyarakat di DIY

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di dalam latar belakang maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Apakah Persepsi Harga, Promosi dan Inovasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepatu Nike di Yogyakarta ?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepatu Nike di Yogyakarta ?
3. Apakah Promosi berpengaruh keputusan pembelian pada konsumen sepatu Nike di Yogyakarta ?
4. Apakah Inovasi berpengaruh keputusan pembelian pada konsumen sepatu Nike Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Inovasi terhadap keputusan pembelian Sepatu Futsal Nike di Yogyakarta
2. Menganalisis pengaruh Persepsi Harga, terhadap keputusan pembelian Sepatu Futsal Nike di Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian Sepatu Futsal Nike di Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh Inovasi terhadap keputusan pembelian Sepatu Futsal Nike di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi atau bahan acuan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti yang akan meneliti masalah sejenis bagi pengembangan pengetahuan serta menjadi salah satu referensi untuk kajian lebih mendalam khususnya bidang olahraga, khususnya sepatu Futsal.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pemikiran dan informasi atau bahan acuan yang dapat dijadikan pengetahuan mengenai pemilihan sepatu futsal.

- b. Bagi Perusahaan Nike

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat salah satu bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan penggunaan sepatu Futsal yang cocok dengan kebutuhan pendidikan olahraga.

karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian

berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga.