

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman di era globalisasi terus mengalami perubahan dengan sangat cepat dan dinamis. Hal ini salah satunya dipengaruhi oleh semakin terbukanya ruang-ruang interaksi sosial. Kini interaksi dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus bertatap muka dengan menggunakan platform-platform yang tersedia di internet seperti media sosial. Penggunaan media sosial dewasa ini terus mengalami peningkatan yang sangat masif dan mampu mempengaruhi dinamika kehidupan sosial masyarakat.

Media sosial mampu memberikan efek yang besar terhadap keberlangsungan kehidupan sosial. Pembahasan hangat di media sosial baik menjadi suatu kebutuhan yang harus senantiasa diikuti dengan dalih supaya tidak dicap sebagai orang yang ketinggalan zaman. Berbagai pembahasan ini mampu menjadi perhatian masyarakat yang biasa disebut sebagai *tren*. Adapun tren yang beredar di media sosial senantiasa berganti dan menemukan hal-hal yang baru. Diantara berbagai tren tersebut, *fashion* menjadi salah satu topik yang sering dibicarakan.

Pada era modern saat ini membuat pola pikir masyarakat juga ikut berkembang, khususnya pada perilaku berbelanja masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen menuntut perusahaan untuk membuat suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, tidak terkecuali pada dunia fashion. Sederhananya, *fashion* merupakan bentuk bagaimana kita berbusana agar terlihat menarik sehingga mempengaruhi tingkat kepercayaan diri kita.

Kesadaran masyarakat terhadap berbusana kini telah berkembang menjadi kebutuhan yang tidak lagi hanya sebagai upaya untuk menutupi anggota tubuh, melainkan juga sebagai tren yang mampu menarik perhatian orang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin menyadari keberadaan industri fashion dan pentingnya berpenampilan menarik dengan mengikuti trend fashion yang sedang berkembang. Terkait dengan hal ini, fashion telah menjadi sesuatu yang dianggap penting oleh setiap masyarakat karena fashion dapat mencerminkan citra dari seseorang tersebut (Saputri dkk, 2021). Sementara itu bagi perusahaan produsen busana, faktor persaingan kini turut memperhatikan tren fashion tersebut dan tidak lagi hanya memfokuskan pada penyediaan produk berdasarkan kebutuhan konsumen (Erlangga dkk, 2021).

Dari sekian banyaknya jenis fashion mulai dari pakaian, celana, topi, jam, hingga aksesoris, jenis fashion yang cukup menarik perhatian adalah sepatu. Sepatu merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi untuk menunjang berbagai macam aktivitas manusia. Sepatu juga merupakan barang konsumsi yang tahan dan dapat dipergunakan dalam waktu relatif lebih lama. Sepatu memiliki berbagai macam jenis mulai dari sepatu boot, pantofel, olahraga, hingga sepatu sneakers. Saat ini, tren fashion sepatu di Indonesia hampir menyerupai fashion orang-orang Barat. Sepatu merupakan barang toko maupun secara online yang diperjual belikan dengan berbagai bentuk dan karakteristik yang selalu dibandingkan berdasarkan kualitas maupun harga sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian.

Pada saat ini tentu konsumen melihat banyak sekali pilihan produk dan merek dari perusahaan yang bergerak di bidang fashion khususnya sepatu

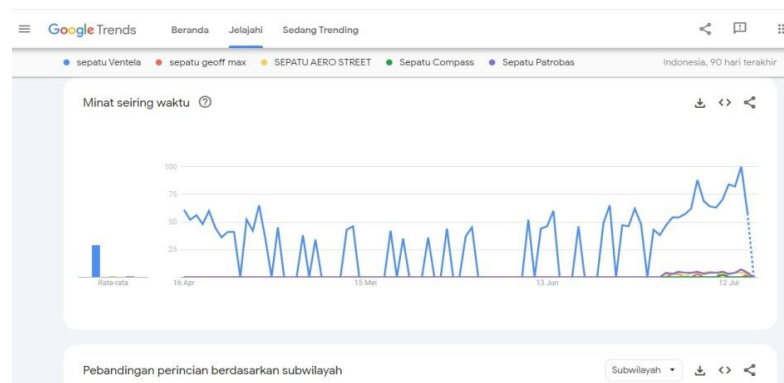
sneakers di Indonesia mulai dari produk luar negeri seperti Nike, Adidas, Converse, Vans, Reebok, dan Puma. Selain itu ada juga produk sneakers buatan dalam negeri seperti, Warrior, Compass, Ventella, Geoff Max, Aero Street dan lain-lain. Adapun produk dan merk yang ditawarkan juga memiliki harga yang bervariasi hingga kualitas yang berbeda-beda, dengan semakin banyaknya pilihan tersebut membuat konsumen lebih mudah memilih produk yang sesuai dengan gaya dan selera. Pada saat ini remaja di Indonesia memiliki kepekaan terhadap barang-barang bermerek, tidak heran banyak sekali anak muda yang memakai barang bermerek, salah satunya memakai produk sepatu sneakers dengan merk terkenal.

Dengan adanya persaingan yang ramai di bidang sepatu sneakers buatan luar negeri maupun dalam negeri membuat perusahaan-perusahaan yang berada di bidang tersebut dituntut untuk mempertahankan pangsa pasarnya dengan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen. Sepatu sneakers buatan dalam negeri saat ini mulai berkembang dan diminati oleh anak muda di Indonesia, selain memiliki harga yang relatif terjangkau, sepatu buatan lokal memiliki kualitas yang tidak kalah dengan sepatu buatan luar negeri. Selain itu sepatu sneakers buatan lokal memiliki desain yang selalu mengikuti tren sepatu yang berkembang saat ini, sehingga dapat menarik dan menunjang penampilan anak muda.

Salah satu brand sepatu yang kini sedang berkembang dan banyak diminati kalangan anak muda saat ini ialah brand lokal. Berdasarkan aplikasi Jakpat dalam (Puspitarini dkk, 2019) melakukan sebuah survei terhadap 1521 responden pada tahun 2015 yang berkaitan dengan *Local brand survey*. Berdasarkan survei

tersebut, sebesar 59,6% diketahui mengikuti perkembangan brand lokal Indonesia dalam dunia fashion, dan sisanya sebesar 40,37% tidak mengikuti perkembangan brand lokal.

Salah satu brand sepatu lokal yang banyak diminati ialah sepatu Ventela. Saat ini terdapat banyak sekali sepatu merk lokal yang beredar di masyarakat contohnya seperti Aero Street, Geoff Max, Patrobas, dan Compass yang merupakan produk pesaing dari sepatu Ventela. Salah satu brand lokal yang mengalami peningkatan penjualan adalah brand Ventela. Ventela mulai diperkenalkan pada tahun 2017 oleh William Ventela, seorang pemilik pabrik sepatu sejak tahun 1989 di Bandung, Jawa Barat. Ventela merupakan salah satu sepatu merk lokal yang mulai dikenalkan pada tahun 2017 dan sedang populer di kalangan milenial (Anteraja, 2020). Sepatu ventela memiliki beragam model sepatu yang identik dengan penampilan casual dan sporty. Sepatu yang diproduksi juga sangat nyaman dipakai serta memiliki kualitas yang tak kalah dibandingkan sepatu-sepatu import. Berikut perbandingan sepatu lokal yang ada di Indonesia pada grafik berdasarkan data pada *google trends* dengan rentang waktu 90 hari terakhir yang dimulai pada 16 April 2024 sampai 12 Juli 2024



**Gambar 1. 1 Grafik Perbandingan Sepatu Lokal Di Indonesia**

Sumber: Google Trends

Berdasarkan gambar grafik diatas sepatu Ventela mengalami peningkatan dibandingkan produk pesaing lainnya. Hal ini membuktikan bahwa popularitas sepatu Ventela menempati tempat pertama dalam pencarian dan artinya kesadaran konsumen akan merk sepatu Ventela tinggi. Walaupun sepatu Ventela dianggap meniru desain merk luar dilihat dari kualitas produknya, Ventela dapat menciptakan produk sepatu yang berkualitas tinggi, harga terjangkau, memiliki jahitan yang rapi dan kuat membuat sepatu Ventela tetap awet dan kokoh saat digunakan. Seperti halnya sepatu Ventela yang berinovasi menggunakan material canvas 12oz yang berkualitas, lembut, dan daya tahan yang baik serta teknologi *Ultralite Foam* yang membuat *insole* sepatu terasa empuk dan nyaman serta jahitan pada sepatu ventela yang rapi menjadikan sepatu memiliki bentuk yang bagus dan kokoh. Sementara pada bagian *outsole* menggunakan bahan karet dengan kualitas tinggi dan pada bagian tali menggunakan bahan berbahan katun yang digabungkan dengan *ring hole* berbahan alumunium.

Ventela memiliki berbagai macam jenis dan model yang cocok di gunakan untuk berbagai jenis kegiatan. Setiap pasang Ventela melalui proses yang panjang dan detail, mulai dari pemilihan material, proses produksi hingga pemeriksaan kualitas yang sangat ketat. Hal ini dilakukan agar kualitas Ventela terjaga dengan baik. Adapun harga sepatu ventela berkisaran Rp 200.000 – 300.000. Dengan sumber daya yang berlimpah Ventela mampu memproduksi sepatu dengan kualitas terbaik dan harga yang cukup rendah sehingga saat ini banyak diminati oleh masyarakat, khususnya bagi kalangan anak muda.



**Gambar 1.2 Sepatu Ventela**

Sumber: Artikelsepatu.com

Kualitas yang baik dan harga yang terjangkau menjadi faktor kunci keputusan pembelian terhadap sepatu Ventela bagi kalangan anak muda. Fleksibilitas yang dimiliki oleh sepatu ini turut menambah nilai lebih. Sepatu Ventela dapat dipakai di berbagai momen, baik momen-momen formal seperti saat menghadiri acara penting atau kegiatan di kampus, maupun di momen-momen nonformal seperti saat bepergian ataupun kegiatan sehari-hari. Dengan fleksibilitas tersebut tak heran jika sepatu Ventela menjadi salah satu brand sepatu favorit bagi kalangan anak muda dibandingkan dengan brand sepatu lokal lainnya.

Diantara banyaknya kaum anak muda, mahasiswa menjadi kelompok yang cukup mendominasi terhadap minat pemakaian sepatu Ventela. Kini sepatu Ventela banyak menghiasi dunia kampus dengan semakin banyaknya digunakan oleh mahasiswa. Hal ini secara tidak langsung menjadi tren bagi mahasiswa di Indonesia dan tren ini telah masuk di lingkungan Universitas Malikussaleh.

Pemakaian sepatu bagi kalangan mahasiswa Universitas Malikussaleh terus bertambah seiring berjalannya waktu. Berbagai mahasiswa dengan latar belakang fakultas dan jurusan telah memakai sepatu Ventela, termasuk mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik (FISIPOL).

Sebagai data pendukung lainnya peneliti telah melakukan tahapan pra survei awal dan juga memberikan beberapa pertanyaan terhadap 66 responden pada mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik seperti pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Hasil Pra-Survey Awal**

No	Pertanyaan	F	Persentase
1.	Apakah anda mengetahui merk sepatu Ventela?		
	Iya	71	94,7%
	Tidak	4	5,3%
2.	Apakah anda pernah melakukan pembelian terhadap sepatu Ventela?		
	Iya	58	77,3%
	Tidak	17	22,7%
3.	Apakah anda merasa puas dengan kualitas produk sepatu ventela?		
	Iya	62	82,7%
	Tidak	13	17,3%
4.	Apakah harga sepatu Ventela terjangkau oleh mahasiswa?		
	Iya	65	86,7%
	Tidak	10	13,3%
5	Apakah anda selalu mencari informasi tentang produk sepatu ventela sebelum melakukan keputusan pembelian?		
	Iya	67	89,3%
	Tidak	8	10,7%

Sumber: Olahan Peneliti (25/10/2024)

Berdasarkan hasil prasurvei awal diketahui bahwa sebanyak 71 responden mengetahui merk sepatu Ventela sedangkan 4 responden lainnya mengatakan tidak

mengetahui. Sebanyak 58 responden merupakan mahasiswa yang pernah melakukan pembelian sepatu Ventela sedangkan 17 lainnya diketahui tidak pernah membeli sepatu Ventela. Sebanyak 62 responden merasa puas dengan kualitas produk sepatu Ventela sedangkan 13 lainnya mengatakan sebaliknya. Selanjutnya terdapat 65 responden mengatakan harga sepatu Ventela masih terjangkau oleh mahasiswa sedangkan 10 responden lainnya merasa harga yang dimiliki sepatu Ventela terlalu tinggi, dan yang terakhir sebanyak 67 responden mengatakan sebelum melakukan pembelian sepatu Ventela selalu mencari informasi tentang produk tersebut sedangkan 8 responden lainnya mengatakan sebaliknya.

Fenomena yang terjadi bahwa merk sepatu Ventela cukup banyak dikenal di kalangan mahasiswa FISIPOL UNIMAL. Hal ini didukung dengan data yang penulis dapatkan yang menunjukkan cukup tingginya jumlah persentase mahasiswa yang mengetahui merk sepatu Ventela serta cukup banyaknya pengguna sepatu Ventela di lingkungan mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Dengan data yang didapat tersebut, maka timbul pertanyaan bagi penulis mengapa tingkat popularitas serta pengguna sepatu Ventela cukup tinggi.

Diantara banyaknya faktor pendorong yang menentukan minat beli konsumen terhadap suatu produk, penulis beranggapan bahwa kualitas produk dan harga menjadi dua faktor prioritas. Kriteria sepatu yang bagus ialah dengan memperhatikan kualitas produknya. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan menilai suatu produk bernilai tinggi apabila produk sesuai dengan ekspektasi mereka terhadap produk tersebut. Maka dari itu ventela harus terus mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan dan terus membandingkan dengan produk yang



lain. Saat ini tentu kalangan anak muda maupun mahasiswa membeli sepatu pastinya melihat kualitas yang dimiliki. Dengan adanya kualitas yang baik, mahasiswa maupun kalangan anak muda tentu akan tertarik membeli produk tersebut. Selanjutnya salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kalangan anak muda maupun mahasiswa ialah harga. Harga juga memegang peranan penting terhadap keputusan pembelian konsumen seiring dengan tingginya tingkat persaingan sepatu sneakers saat ini. Harga merupakan hal yang selalu diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Oleh karena itu, konsumen khususnya mahasiswa tentu mereka memperhatikan harga sesuai dengan *budget* yang dimiliki.

Dengan melihat faktor kualitas produk serta harga yang ditawarkan, penulis mencoba untuk melihat pengaruh yang diberikan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela bagi mahasiswa, seberapa besar kedua faktor tersebut menjadi penentu bagi mahasiswa FISIPOL menjatuhkan pilihannya terhadap produk sepatu Ventela. Berdasarkan dari latar belakang yang peneliti jelaskan sebelumnya, maka penelitian ini dapat dilanjutkan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada mahasiswa FISIPOL?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada mahasiswa FISIPOL?

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada mahasiswa Fisipol?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah ditetapkan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, antara lain:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada mahasiswa FISIPOL.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembeliansepatu Ventela pada mahasiswa FISIPOL.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada mahasiswa FISIPOL.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan serta ilmu pengetahuan baru khususnya di bidang ilmu administrasi bagi pembaca dan peneliti sendiri.
  - b. Penelitian ini menjadi bahan pemahaman dan pembelajaran bagi peneliti maupun mahasiswa lain untuk melakukan penelitian-penelitian secara lebih mendalam mengenai kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para akademisi maupun mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi pendukung, rujukan, dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Bagi penulis, diharapkan dapat menjadi kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang dipelajari selama ini dan juga dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman.