

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dunia fesyen saat ini semakin berkembang, semua orang mulai dari remaja hingga orang tua memadukan pakaian, sepatu, tas dan aksesoris lainnya sesuai dengan selera masing-masing. Setiap orang mempunyai selera fesyen yang berbeda-beda dan berbeda pula model, bahan dan bentuk yang disesuaikan dengan kebutuhannya. Ada anggapan bahwa fesyen yang dikenakan seseorang mencerminkan status sosial dan kepribadiannya. Perkembangan ini memfasilitasi munculnya ide-ide yang membuat wirausahawan senantiasa mengikuti tren yang berkembang dari hari ke hari dan berusaha memberikan ciri khas yang menjadikannya unik.

Pengusaha membuat produk mereka semenarik mungkin agar konsumen tertarik untuk membeli produknya. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melibatkan keyakinan konsumen pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri konsumen atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana konsumen memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk.

Saat ini persaingan bukan lagi tentang apa yang diproduksi oleh perusahaan dalam pabrik, akan tetapi bagaimana cara menambahkan nilai yang lebih besar dan lebih inovatif pada produk yang telah diproduksi. Salah satu pasar yang terus mengalami peningkatan persaingan dalam memasarkan dan merebut para konsumen adalah persaingan antara sepatu lokal dengan sepatu impor masih sangat ketat, dimana perusahaan sepatu brand lokal sedang berusaha membangun image mereka dimata masyarakat Indonesia sedangkan untuk sepatu impor tersebut

sudah terkenal oleh berbagai kalangan. Mereka memiliki persaingan yang ketat dari segi harga, desain produk, kualitas produk, dan juga citra merek dari pelanggan mereka sendiri.

Sepatu telah menjadi kebutuhan manusia dengan adanya perkembangan pada dunia model, saat ini sepatu tidak hanya berfungsi untuk melindungi kaki, tetapi juga sebagai penyempurna dari busana yang dikenakan. Salah satu jenis sepatu yang paling disukai dan diminati masyarakat terutama oleh anak muda adalah jenis sepatu *sneakers* karena dapat dengan mudah disesuaikan dengan kegiatan sehari-hari sehingga tidak membutuhkan banyak sepatu dalam berbagai aktivitas.

Sneakers merupakan sepatu dengan sol fleksibel yang terbuat dari bahan karet, kulit, atau sintetis. Saat ini, sepatu *sneakers* telah menjadi bagian dari fashion di kalangan Mahasiswa. Tren model sepatu semakin berkembang, dan semakin banyak pula jenis, bentuk, dan model yang dipadukan untuk mengikuti berbagai acara tertentu. Sepatu merupakan elemen penting dalam menentukan gaya berpakaian seseorang. Dampak ini sering terjadi di tempat-tempat umum seperti kampus, jalan umum, dan pusat perbelanjaan. Saat ini juga sudah banyak beredar *sneakers* dari merek lokal seperti Ventela, PVN, Aero Street, Compass, Brodo, Sage, dan Piero LaRue, hal ini mendukung bukti semakin besarnya minat konsumen terhadap merek alas kaki lokal tersebut.

Salah satu *brand* lokal yang mampu mengikuti persaingan industri sepatu lokal adalah sepatu Ventela. Produk *sneakers* Ventela mencakup beragam model sepatu yang mewakili penampilan kasual dan *sporty* (gabungan antara gaya olahraga dan gaya santai). Sepatu yang dihasilkan sangat nyaman dipakai dan memiliki kualitas yang sebanding dengan sepatu impor. Produk Ventela dibuat dengan bagian atas kanvas 12oz berkualitas tinggi. Bahannya sangat lembut dan tahan lama sehingga cocok untuk digunakan sehari-hari. Selain itu, Ventela juga

menggunakan teknologi busa *ultralite* (ringan, sederhana, dan tahan lama) pada pembuatan insole yang terasa empuk dan nyaman sehingga kaki konsumen tidak pegal, serta jahitan yang rapi membuat sepatu memiliki kesan yang unik, dan kokoh. Proses pembuatan sneakers Ventela sendiri melalui beberapa tahapan yang panjang dan detail, mulai dari pemilihan bahan yang digunakan, proses pembuatannya, hingga *quality control* (pengukuran kualitas) sepatu yang sangat ketat, memastikan Ventela dapat menghasilkan sepatu dengan kualitas terbaik.

Upaya perusahaan sepatu Ventela dalam menginspirasi calon konsumen untuk membeli memiliki banyak potensi, baik itu menawarkan harga terjangkau, desain sepatu yang mengikuti tren, menghasilkan produk berkualitas tinggi, serta membangun citra merek yang baik. Seiring dengan meningkatnya minat konsumen untuk berbelanja, harga belanja juga sangat populer di kalangan konsumen. Di zaman yang semakin canggih ini, dimana banyak anak muda yang mengejar tren terkini, harga menjadi salah satu konflik ketika konsumen berbelanja. Oleh karena itu, sepatu Vantela harus mampu bersaing dalam harga agar sepatu lokal Vantela dapat mengembangkan bisnisnya hingga mendunia.

Sepatu Vantela mempunyai keunikan tersendiri dari segi desain produknya. Memakai sepatu merk Vantela bisa dibilang sebagai sepatu yang nyaman, bagus, dan bahan yang tidak keras dan tidak tipis. Sepatu merk Ventela sangat diminati konsumen karena desain dan fungsinya yang sangat baik. Sepatu Ventela juga merupakan salah satu sneakers yang populer di kalangan Mahasiswa FEB Unimal. Merek lokal ini menawarkan produk dengan kualitas tinggi dan berdesain unik serta mengikuti tren masa kini, Sehingga membuat banyak mahasiswa yang menyukai produk dari ventela dan senang memiliki produk lokal yang berkualitas.

Merek sepatu lokal ini diluncurkan pada tahun 2017 oleh William Ventela, seorang pemilik sepatu daur ulang di Bandung, Jawa Barat sejak tahun 1989 (Ventela, 2021). Ventela

banyak digunakan oleh anak muda karena desain produknya yang menarik serta hadir dalam berbagai tipe dan model yang cocok digunakan dalam berbagai aktivitas. Produk Ventela hadir dalam beberapa tipe model antara lain model Ventela *Public*, dengan dua model *sectional* yaitu (Ventela *Public High* dan Ventela *Public Low*) dilengkapi dengan material *insole* (sol dalam) berbahan *ultralite foam* yang membuat empuk dan nyaman di telapak kaki. Sementara pada bagian *outsole* menggunakan bahan karet dengan kualitas tinggi. pada bagian tali menggunakan bahan berbahan katun yang digabungkan dengan *ring hole* berbahan alumunium.

Faktor terpenting yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut Tjiptono, (2016) “Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan”. Harga merupakan faktor yang mempunyai pengaruh nyata dan kuat terhadap sebuah produk dalam membuat suatu keputusan pembelian, hal ini sesuai dalam jurnal (Nur & Arnu, 2021).

Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara langsung kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, setiap mahasiswa menilai bahwa harga yang ditawarkan oleh sepatu merek Ventela lebih murah dibandingkan dengan kompetitor (pesaing) merek lain yang juga sama-sama menawarkan produk sejenis dengan harga yang lebih tinggi. Sehingga membuat sepatu Ventela menjadi pilihan yang menarik bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang menginginkan produk dengan kualitas yang bagus, desain yang modern, dan harga yang terjangkau. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Yuda Bimantara et al., (2022) menyatakan bahwa “harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio di Lampung”.

Setelah mempertimbangkan harga, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain produk. Menurut Supriyatna, (2020) “Desain produk merupakan keseluruhan fitur yang mempengaruhi tampilan dan fungsionalitas suatu produk berdasarkan kebutuhan konsumen”. Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara langsung kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, setiap mahasiswa menilai bahwa sepatu Ventela memiliki desain yang modern dan stylish, serta memiliki fitur yang unik membuat sepatu ventela berbeda dari produk sepatu lainnya, seperti pemilihan bahan yang tidak kaku dan tidak tipis, sehingga membuat sepatu ventela nyaman digunakan dan memiliki ketertarikan tersendiri bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Hal ini sejalan dengan penelitian Mukarromah & Rofiah, (2019) menyatakan bahwa “desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”.

Setelah mempertimbangkan desain produk, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Farisi, (2018) “Kualitas produk merupakan upaya atau kemampuan suatu perusahaan dalam memuaskan konsumen”. Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara langsung kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, mahasiswa menilai bahwa sepatu Ventela yang dihasilkan sangat nyaman dipakai dan memiliki kualitas yang sebanding dengan sepatu import. Sepatu Ventela dibuat dengan bagian atas 12oz, bahannya sangat lembut dan tahan lama dan juga menggunakan *insole ultralite foam* yang membuat sepatu Ventela lebih empuk, ringan, dan nyaman dipakai. Hal ini sejalan dengan penelitian Destiani et, al., (2023) menyatakan bahwa “kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”.

Setelah mempertimbangkan kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Menurut Kotler. (2016) “Citra merek adalah seperangkat

keyakinan, ide dan kesan yang di miliki oleh seseorang terhadap suatu merek, karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek tersebut”. Pengertian ini menjelaskan bahwa citra merek adalah keyakinan, pemikiran, dan kesan konsumen tentang merek melalui sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap merek. Citra merek sangat penting dalam mempengaruhi seseorang agar membeli, karena jika konsumen sudah percaya pada suatu merek tertentu, maka akan menciptakan suatu citra merek dan tentunya konsumen akan membeli produk dari merek tersebut.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh penulis melalui wawancara langsung kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh, mahasiswa menilai bahwa sepatu Ventela memiliki citra merek yang positif, hal ini dilihat dari harga yang relatif murah, membuat sepatu Ventela menjadi pilihan yang terjangkau bagi konsumen, terutama mahasiswa yang memiliki budget terbatas, dan juga dengan desain produk yang menarik serta kualitas produk yang baik sehingga membuat sepatu Ventela menjadi daya tarik bagi konsumen dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Farisi, (2018) menyatakan bahwa “citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian”.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk, dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian sepatu Ventela pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga produk sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
2. Bagaimana pengaruh desain produk sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
3. Bagaimana pengaruh kualitas Produk sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh
4. Bagaimana pengaruh citra Merek sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

1.3.Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan-tujuan yang tertentu. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga produk sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
2. Untuk mengetahui pengaruh desain produk sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek sepatu merek Ventela terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diinginkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh harga, desain produk, kualitas produk, dan citra merek dalam meningkatkan keputusan pembelian pada sepatu Ventela di kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh.
2. Sebagai bahan referensi atau acuan bagi penelitian berikutnya untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang berbeda.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam mengambil kebijakan sehingga dapat mengetahui perilaku konsumen agar produknya dipilih konsumen.