

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan dalam bisnis sepatu dari waktu ke waktu terus mencapai persaingan yang ketat, beberapa perusahaan baru telah lahir dan perusahaan yang lama pun harus bertahan. Perusahaan global seperti Vans, Converse, Adidas, Puma, Nike mau tidak mau harus bersaing dengan perusahaan sepatu lokal di Indonesia seperti Piero, Compass, FYC, Nah Project yang terus berinovasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Setiap perusahaan menciptakan produk unggul dan melakukan strategi-strategi pemasaran mereka sendiri sehingga persaingan pun dapat terjadi.

Perusahaan Vans di Indonesia pernah mengalami suatu kemunduran pada tahun 2017, hal tersebut dapat dilihat dari pergantian distributor resmi yang pada saat itu dipegang oleh PT Gagan Indonesia. Pengambilalihan distribusi ini disebabkan karena pailitnya PT Gagan Indonesia pada saat itu yang disertai persaingan ketat di dunia bisnis sepatu.

Suatu produk dapat dikenal secara luas oleh konsumen karena adanya kegiatan pemasaran seperti promosi. Perusahaan dapat memanfaatkan promosi untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Menurut Kotler (2002) promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen

sasaran agar membelinya. Dalam hal ini, promosi dapat memengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian mereka menjadi tertarik lalu membeli produk tersebut.

Setiap produk yang dijual tentunya memiliki harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan dalam membeli produk. Bagi perusahaan, harga dapat menghasilkan pendapatan sehingga mendatangkan laba bagi perusahaan. Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi. Persaingan harga sering terjadi antar perusahaan satu dengan yang lain. Penetapan harga yang tepat dapat menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen. Perusahaan mampu menentukan harga dengan tingkat keuntungan yang rendah, tetapi produk yang dijualnya memiliki kualitas yang baik. Harga dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.

Hal lain yang perlu diperhatikan perusahaan dalam menawarkan suatu produk adalah desain produk. Perusahaan memproduksi dan menawarkan berbagai macam desain sepatu kepada konsumen, tetapi tidak semua desain sesuai dengan keinginan konsumen. Setiap konsumen memiliki selera berbeda dalam memilih desain produk sepatu yang ingin dibelinya. Menurut Kotler dan

Keller (2009) desain produk adalah totalitas fitur yang memengaruhi penampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Namun karena dituntut dengan kebutuhan fashion yang terus mengalami perubahan membuat sebagian orang hanya memikirkan tentang model (bentuk), tetapi banyak yang melupakan sisi kualitas dari produk tersebut. Dua produk yang memiliki fungsi yang sama di mata produsen, belum tentu sama menurut pandangan konsumen. Konsumen akan lebih tertarik terhadap produk yang memiliki atribut atau ciri khas tertentu yang dianggapnya lebih bernilai.

Setiap perusahaan tidak menawarkan desain yang sama, sehingga konsumen pun akan melakukan keputusan pembelian suatu produk sesuai selera mereka, perusahaan harus mampu menerapkan desain produk yang menarik agar konsumen melakukan pembelian. Dalam bidang industri otomotif misalnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh Achidah Nur., dkk (2016) yang melakukan penelitian pada sepeda motor Yamaha Mio GT menyatakan bahwa promosi, harga dan desain produk memengaruhi keputusan pembelian pada produk tersebut. Dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa desain produk mempunyai pengaruh paling besar dibandingkan dengan variabel-variabel bebas lainnya terhadap keputusan pembelian.

Penelitian tentang sepatu Vans Old Skool dipilih oleh peneliti karena melihat persaingan ketat dalam bisnis sepatu di Yogyakarta dan produk Vans Old Skool mulai diminati anak muda dengan ciri khas dan berbagai pilihan jenis

produk yang ditawarkan. Pada penelitian yang dilakukan, peneliti mencoba untuk mengambil 3 faktor yang dinilai dapat memengaruhi keputusan pembelian pada konsumen sepatu Vans Old Skool, diantaranya: kebijakan promosi, harga, dan desain produk. Oleh karena itu peneliti memilih judul “Pengaruh Kebijakan Promosi, Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans Old Skool di Kota Yogyakarta”. Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti mampu memahami keputusan pembelian konsumen ketika ingin membeli sepatu Vans Old Skool dan diharapkan dapat membantu perusahaan Vans dalam memahami keputusan pembelian pada para konsumennya. Sehingga perusahaan dapat menetapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen dan daya saing di kota Yogyakarta. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui variabel mana yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian sepatu Vans Old Skool, hal tersebut juga nantinya untuk membantu perusahaan Vans membenahi variabel yang kurang dominan dalam keputusan pembelian produk tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, memunculkan beberapa rumusan masalah yang dapat memengaruhi keputusan pembelian sepatu Vans Old Skool diantaranya:

1. Apakah kebijakan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta?
4. Variabel mana yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, memunculkan beberapa batasan masalah diantaranya adalah :

1. Penelitian dilakukan dalam lingkup kota Yogyakarta.
2. Responden yang diambil oleh peneliti adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk sepatu Vans Old Skool.
3. Penelitian ini meliputi kebijakan promosi, harga, dan desain produk untuk mengetahui keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan promosi terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian produk sepatu Vans Old Skool di Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan peneliti diharapkan munculnya beberapa manfaat yang dapat diterima, diantaranya :

1. Diharapkan dari penelitian ini memberikan pengetahuan pada perusahaan tentang keputusan pembelian terhadap produknya, hal tersebut untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan strategi yang tepat dalam kebijakan promosi, harga, dan desain produk yang dimiliki. Sehingga membantu perusahaan mengembangkan bisnis dan daya saing sepatu Vans Old Skool.
2. Dari penelitian ini diharapkan penulis mampu memahami variabel-variabel yang memengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat digunakan sebagai pembelajaran yang nantinya dapat digunakan dalam menentukan strategi bisnis yang ingin dibangun.