

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini, Perkembangan bisnis sudah menjadi pusat perdagangan pada saat sekarang. Karena perkembangan tersebut Membuat beberapa pihak menerapkan perubahan yang juga berdampak pada cara berpikir dan bertindak pesaing dalam menjalankan bisnis, seperti perdagangan dan pertukaran, yang dapat meningkatkan efisiensi suatu negara. Apa kontribusi bisnis terhadap output dari pabrik-pabrik ini dalam bentuk pengemasan, periklanan, penggalangan dana, pengiriman, dan hal-hal lain yang memerlukan perawatan adalah yang membedakan mereka satu sama lain di pasar saat ini.

Semakin canggihnya perkembangan teknologi juga dapat menjadi tantangan oleh para pelaku bisnis sehingga mendorong perusahaan agar mampu menguasai teknologi, selain itu mereka harus mampu menyesuaikan diri dengan kemauan atau selera konsumen, karena di dalam pasar konsumen lah yang memegang peran penting. Para konsumen mengharapkan produk yang sesuai dengan keinginan atau harapan mereka. Oleh karena itu *brand* dan *product* sangatlah bermanfaat untuk pembeli agar dapat menentukan pilihan dalam memakai atau membeli dan mengetahui seberapa besar konsumen Puas terhadap suatu produk tersebut. Pentingnya memahami perilaku konsumen Perusahaan olahraga telah menarik Perhatian dari berbagai industri salah satunya adalah industri olahraga. Hal ini bertujuan untuk mendorong minat dan kesadaran setiap orang untuk berolahraga di masyarakat agar dapat berkembang pesat, dan perkembangan pusat olahraga ditandai dengan semakin tingginya tingkat masyarakat yang menggunakan sepeda, gor olahraga, lapangan sepak bola, jogging track di sekitar rumah, dan banyak lagi. (Kawung, Joyce Lopian, Ogi W J 2018:4114).

Hal ini karena banyak perhatian yang diberikan kepada perusahaan oleh berbagai industri, termasuk industri sepatu. Keperluan dan kesadaran konsumen yang bertumbuh untuk pilih *product* sepatu yang sesuai dengan pertumbuhan ekonomi, gaya serta keinginan, untuk menjual dan memproduksi *product* sepatu dengan *brand* kaya Nike, Adidas dan Puma, yang senantiasa belomba-lomba untuk menang. meningkatkan kepuasan mereka, sehingga mereka mungkin tertarik dengan *brand* yang dibuat oleh penjual serta akan membawa orang buat membeli *product* dan melakukan penawaran. Keunggulan produk luar biasa, salah satu perusahaan terkemuka di industri sepatu olahraga telah melakukan ini. Nike adalah salah satu pembuat sepatu olahraga terkemuka di dunia, dan sejarahnya dimulai pada awal 1900-an ketika Philip Knight dan pelatihnya, Bill Bowerman, mendirikan Blue Ribbon Sport (BRS). Nama Nike menggunakan nama dewi kemenangan dalam mitologi Yunani, dan filosofi perusahaan mencerminkan hal ini. bertahap, (Kompas.com, 2022).

Nike menata *product* sepatu secara baik sehingga sepatu beikutnya mempunyai bentuk yang elok buat memikat atensi pelanggan buat untuk berbelanja *product* dijual. Nike membangun suatu regu tertentu buat melaksanakan reset serta pengembangan gaya dan dipakai pada sepalu Nike itu sendiri. Metode perancangan sepatu, tim studi Nike bekerja sama dengan para atlet dunia agar memperoleh *product* inovatif. Salah satu dari merk sepatu berolahraga asing yang terdapat di Indonesia merupakan sepatu Sepakbola Nike yang pula ialah *product* yang dirancang oleh Nike Corporation. Sepatu Sepakbola Nike sudah populer di penjuru dunia, tidak sedikit pula pegolah si kulit bundar yang menggunakan sepatu Sepakbola Nike ketika bermain Sepakbola (Kompas.com, 2022).

Kualitas sepatu Sepakbola Nike tidak dapat dipungkiri, bahanya yang terbuat dari kulit dan cara penjahitannya dari alat moderen, sehingga tidak sedikit pesepak bola yang memilih menggunakan sepatu Sepakbola Nike, dan salah satunya pemain profesional dunia Cristiano Ronaldo asal Portugal. Sepatu Sepakbola Nike telah banyak mengeluarkan model terbaru, dan tentunya peminat sepatu bola Nike semakin banyak (Kompas.com,2022).

Berikut hasil Top Brand Index dari thn 2020-2022.

Tabel 1.1 Top Brand Index

SEPATU OLAHRAGA 2020			SEPATU OLAHRAGA 2021			SEPATU OLAHRAGA 2022		
MERЕК	TBI	TOP	MERЕК	TBI	TOP	MERЕК	TBI	TOP
Adidas	38.6%	Top	Adidas	37.6%	Top	Adidas	34.8%	Top
Nike	18.1%	Top	Nike	22.5%	Top	Nike	21.6%	Top
Ardiles	11.1%	Top	Ardiles	11.1%	Top	Ardiles	8.7%	
Reebok	5.3%		Reebok	7.5%		Diadora	6.8%	
Diadora	5.1%		Diadora	5.3%		Reebok	4.4%	

Sumber: *Top Brand Award*

Berdasarkan hasil survei tersebut Nike berada di urutan kedua dengan nilai persentase ditahun 2020 yaitu 18,1%, dan di tahun 2021 prsentase sepatu olahraga Nike kembali naik dengan pesat sebesar 4,4% menjadi 22,5% namun di tahun 2022 prsentase sepatu olahraga Nike kembali mengalami penurunan sebesar 0,9% menjadi 21,6%. Hal tersebut tentu menjadi masalah karena artinya Nike mengalami pasang surut Citra Merek dan Kualitas Produk di mata para pembeli yang mempengaruhi pada penurunan penjualan, hal ini disebabkan atas pikiran konsumen mengukur faktor utama yang melibatkan pikiran mereka ketika ada beberapa hal yang sama sekali berbeda, maka Nike mencoba untuk tetap memperkenalkan untuk meningkatkan kualitas gambar dan produk secara keseluruhan agar terus diingat dan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan sepatu Nike.

Berikut data penelitian yang dilakuakn oleh Juniantari, Sulistyawati (2019:7161)

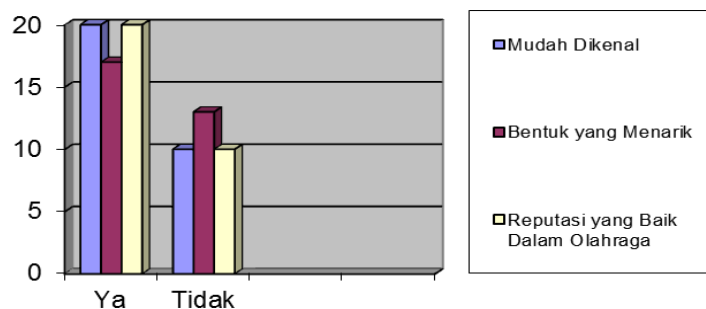
Faktor	Jawaban		Total Responden	
	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1. Harga	34	34	100	100
2. Merek	22	22	100	100
3. Kualitas	60	60	100	100
4. Model	11	11	100	100
5. Iklan	3	3	100	100
6. Manfaat	7	10	100	100
7. Ketersediaan barang	5	18	100	100
8. Bahan	10	7	100	100
9. Tingkat kenyamanan	13	13	100	100

Sumber: Juniantari, Sulistyawati (2019:7161).

Menunjukkan bahwa faktor kualitas merupakan masalah yang paling dipikirkan oleh responden ketika berbelanja barang dagangan, yaitu 60% dari 100% responden memandang kualitas merupakan faktor utama yang mejadi pertimbangan Juniantari, Sulistyawati (2019:7161). Kesimpulanya bahwa kualitas *produck* merupakan aspek terpenting bagi pembeli untuk memilih suatu produk, sehingga ketika suatu produk dapat menawarkan kualitas yang dapat memuaskan konsumen maka produk tersebut akan terus dicari dan digunakan oleh konsumen.

Berikut data Pra survey yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden pengguna sepatu sepakbola Nike di Jakarta Timur.

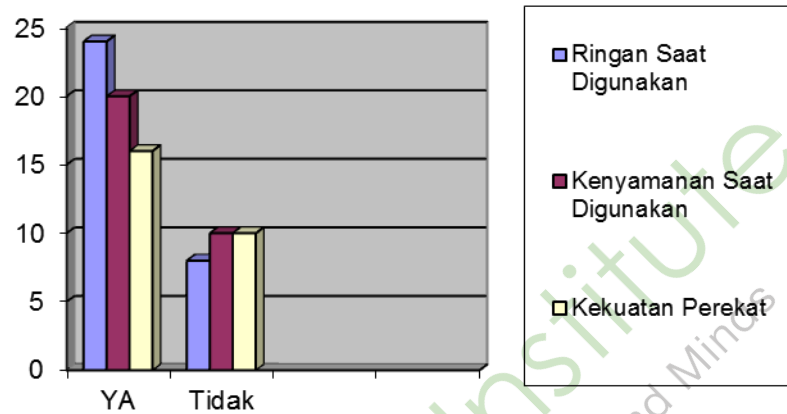
Gambar 1.1 Hasil PraSurvey Responden Mengenai Merek Produk



(Sumber data hasil pra survey 2022)

Sepatu sepakbola Nike memiliki popularitas sehingga dapat menarik minat konsumen, hal ini menunjukkan hasil yang positif. Pada Gambar 1.1 menunjukkan hasil dari 30 responden, yang memberikan pernyataan ketertarikan konsumen terhadap sepatu sepakbola Nike, dengan bentuk yang menarik dan reputasi yang baik sepatu sepakbola Nike membuat konsumen puas terhadap merek sepatu sepakbola Nike.

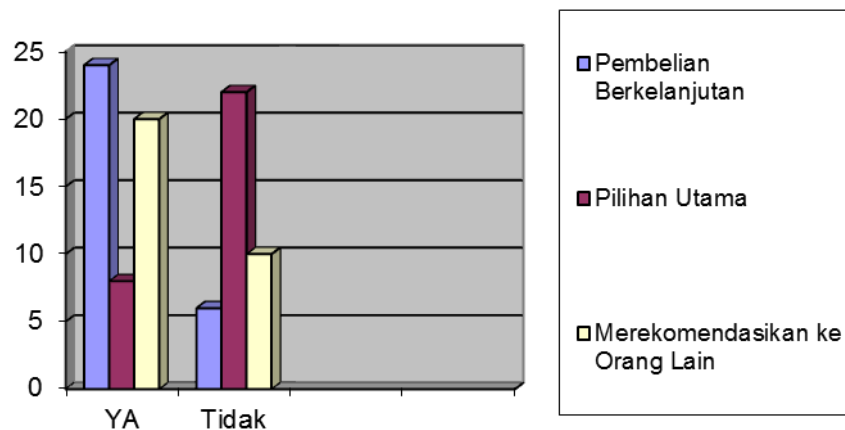
Gambar 1.2 Hasil PraSurvey Responden Mengenai Kualitas Produk



(Sumber: Data hasil pra survey 2022)

Gambar 1.2 menunjukkan hasil dari 30 responden tentang kualitas *product* dari sepatu sepakbola Nike memiliki magnet bagi para pembeli dan membuktikan hasil positif dan juga membuat pembeli merasa dengan kualitas-kualitas yang dihasilkan oleh sepatu Sepakbola Nike tersebut. Berbagai bentuk *product* yang terdapat pada sepatu sepakbola Nike berkamsud agar dapat menarik minat konsumen. Dalam hal pemasaran kepada konsumen, sangat penting untuk memiliki strategi yang dapat memastikan bahwa pelanggan senang dengan produk yang mereka gunakan. konsumen sangat diperlukan strategi yang bisa meyakinkan agar mampu untuk membantu konsumen merasa nyaman dengan *product* yang pembeli gunakan. Pembeli merasa nyaman atau tidak setelah pembelian, bergantung pada tingkat kualitas barang yang digunakan dan diharapkan pembeli. Sehingga Kualitas Produk dan kepuasan saling berhubungan satu sama lain.

Gambar 1.3 Hasil Pra survey Penilaian Responden Mengenai Kepuasan Konsumen



(Sumber: data hasil pra survey 2022)

Gambar 1.3 yang merupakan hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti kepada 30 responden pengguna sepatu sepakbola Nike dan menggambarkan penilaian konsumen terhadap Kepuasan Konsumen itu sendiri. Dari aspek Kepuasan pengguna sehingga *product* sepatu Sepakbola Nike di atas, sehingga sebagian pengguna tidak memberikan tanggapan positif. Dari hasil pra survey ini dapat memberikan petunjuk bahwa *product* sepatu sepakbola Nike tidak memberikan trek/dampak yang membuat konsumen merasa puas maka terdapat suatu kasus dan akan dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti berusaha mencaritau hal-hal yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen *product* sepatu sepakbola Nike *brand* yang meliputi: Citra Merek dan Kualitas Produk, sehingga penelititertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dijelaskan, oleh karena itu dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur?

3. Apakah Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada pada penelitian ini bertujuan agar penelitian yang dilakukan tidak begitu luas, batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peneliti hanya membahas aspek Citra Merek dan Kualitas Produk yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur.
2. Objek penelitian adalah konsumen yang sudah menggunakan sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur.
3. Penelitian hanya dilakukan pada bulan Februari 2022 - Juli 2022

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh citra merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Sepakbola Nike di wilayah Jakarta Timur.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil olahan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan atas penelitian ini antara lain:

1.5.1 Akademik

Agar dapat membantu mendorong tingkat pengetahuan strategi pemasaran baik dalam bidang penjualan suatu *product* dan dapat menjadi acuan untuk

penelitian selanjutnya.

1.5.2 Praktis

Dapatkan informasi lebih lanjut tentang *Brand Image* yang mempengaruhi tujuan konsumen dan dapat membuat distributor sepatu bola Nike mengetahui kualitas *product* yang layak pakai.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memperjelas arah dan tujuan dari penelitian ini, maka penulisan ini didahului dengan sistematika sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Latar belakang masalah; Identifikasi masalah; Perumusan masalah; Batasan masalah; Tujuan penelitian; Manfaat penelitian: Manfaat akademik dan Manfaat praktis; dan Sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang berkaitan dengan Ranah Ilmu; Tinjauan Pustaka yang berkaitan dengan masing-masing variabel yang diteliti; Penelitian terdahulu yang ada kaitannya dengan tema penelitian.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma penelitian; Variabel penelitian; Operasional variabel; Hubungan antara variabel dan hipotesis; Unit analisis, populasi, sampel; teknik analisis data

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum penelitian, analisis data dan pembahasan hasil pengolahan data penelitian

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan; Implikasi manajerial; Keterbatasan hasil penelitian; Saran.

