

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern sekarang ini, perkembangan teknologi yang canggih telah membawa banyak perubahan dalam dunia usaha di Indonesia. Teknologi yang canggih dimanfaatkan untuk membantu proses produksi sehingga menghasilkan barang yang berkualitas (Kontan.id).

Specs merupakan sebuah perusahaan sepatu asal Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994 di Jakarta. Perusahaan ini menghasilkan berbagai macam perlengkapan olahraga salah satunya yaitu sepatu futsal. Persaingan yang terus berkembang membuat perusahaan harus berusaha menempatkan produk sepatu di benak konsumen, atribut sepatu membuat konsumen dapat membedakan dan mengetahui kelebihan sepatu yang satu dengan yang lainnya. Kepuasan konsumen terhadap sepatu futsal merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Perusahaan harus dapat menciptakan sepatu yang satu berbeda dengan yang lainnya, sehingga sepatu tersebut memiliki keunikan tersendiri. Salah satu faktor yang membuat konsumen setia terhadap sepatu jika sepatu yang digunakan berkualitas tinggi (Sportways.com).

Singh (2018:76) mengemukakan Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan

ekspektasi, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di antaranya harga, kualitas dan citra merek itu sendiri.

Singh (2018:102) Kualitas didefinisikan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk merupakan suatu strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan tersendiri dari para pesaing. Perusahaan yang mengutamakan kualitas produk yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Ketika memiliki kualitas produk yang tinggi maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi. Produk yang berkualitas tinggi akan menambah kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, kepercayaan ini didapat dari pengalaman pribadi konsumen maupun direkomendasikan oleh orang lain yang telah menggunakan produk tersebut.

Singh (2018:34) Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah jumlah dari semua nilai yang konsumen berikan untuk mendapat keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas, dengan demikian pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat

pula. Konsumen merasa puas dengan harga yang ditetapkan jika harga yang harus dibayar tersebut sesuai dengan mamfaat yang diterima atau dirasakan konsumen, sebaliknya jika harga terlalu tinggi namun mamfaat yang dirasakan rendah maka konsumen akan kecewa untuk menggunakan produk tersebut.

Singh (2018:65) mengemukakan bahwa Citra merek didefinisikan sebagai sifat ekstrinsik dari suatu produk atau jasa termasuk cara dimana merek berusaha memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial pelanggan. Citra merek merupakan sesuatu penglihatan dan kepercayaan yang melekat di benak konsumen. Semakin baik persepsi merek di benak konsumen maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya, jika persepsi konsumen terhadap citra merek rendah maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah

Data Direktorat Jendral Basis Industri Manufaktur Kementrian Perdagangan menunjukkan, total produksi alas kaki nasional di tahun 2020 mencapai 1,2 milyar pasang dan sekitar 800 juta pasang merupakan sepatu olahraga. Salah satu penyumbang terbesar sepatu olahraga adalah sepatu futsal (<http://peluangusaha.kontan.co.id/>). Berikut adalah Top Brand Indeks sepatu futsal dari berbagai merek :

Tabel 1.1
Top Brand Indeks Sepatu Futsal

No	Merek
1	Adidas
2	Nike
3	Specs
4	Mizuno
5	Puma
6	Joma

Sumber : <https://sportaways>, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa Sepatu merek Specs berada di peringkat ketiga Top Brand Indeks setelah merek Adidas dan Nike. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih memilih sepatu merek Adidas dan Nike dari pada Specs, hal ini dikarenakan kepuasan konsumen terhadap sepatu merek Specs melemah. Hal ini didukung dengan data penjualan sepatu merek Specs selama tahun 2017-2020 pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2
Top Brand Index Penjualan Sepatu Futsal Specs
Periode 2018-2021

Tahun	Penjualan
2018	250
2019	120
2020	300
2021	95

Sumber : <https://sportaways>, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dinyatakan bahwa data yang dikeluarkan oleh Sportaways.com, menunjukkan penjualan dari tahun 2018 sampai tahun 2021. Pada tahun 2018 penjualan di angka 250 unit , angka tersebut menunjukkan jumlah yang cukup baik namun pada tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami penurunan penjualan menjadi sebesar 120 unit, hal ini diakibatkan oleh persaingan yang sangat ketat dengan merek merek luar negeri dan lokal sehingga cukup mempengaruhi penjualan sepatu futsal specs. Tidak berhenti disitu, pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami peningkatan yang cukup tinggi yaitu dari 120 unit mengalami kenaikan penjualan menjadi 300 unit, presentase yang cukup meningkat, tetapi penjualan pada tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan

penjualan yang cukup drastis dari 300 unit menjadi 95 unit. Data penjualan tersebut menunjukkan bahwa data penjualan sepatu futsal specs mengalami fluktuatif tetapi cenderung menurun.

Dapat dilihat bahwa penjualan sepatu specs di masih berada diposisi yang kurang baik karena mengalami penurunan. Tingkat penjualan adalah gambaran dari kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Artinya berdasarkan data penjualan diatas menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada sepatu Specs masih kurang. Hal ini dikarenakan citra merek sepatu Specs masih kalah dengan citra merek sepatu Nike dan Adidas dimana pernyataan ini didukung dengan data Top Brand Index pada tabel 1. Selain citra merek, harga turut mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut ini disajikan tabel 1.3 perbandingan harga sepatu futsal

Tabel 1.3
Perbandingan Harga Sepatu Futsal

Merek	Harga (Rp)
Specs	450.836
Nike	490.000
Adidas	600.000
Puma	150.000
Mizuno	421.000

Sumber : iprice.co.id, 2022

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan perbandingan harga sepatu futsal pada katalog harga sepatu futsal tahun 2022 dimana harga sepatu specs hampir sama dengan harga sepatu Nike. Padahal berdasarkan citra merek, sepatu merek Nike lebih dikenal dengan kualitas lebih baik daripada sepatu Specs. Dengan harga yang hampir sama dan citra merek yang lebih baik Nike, konsumen lebih memilih

untuk membeli merek Nike daripada Specs. Selain itu kualitas produk sepatu Specs masih kalah dengan sepatu adidas dan nike.

Ada perbedaan penelitian (*gap research*) pada penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni et al (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda dengan penelitian Saraswati (2016) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Kusuma & Marlana(2021) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Bertolak belakang dari penelitian sebelumnya, penelitian oleh Civil(2021) bahwa citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Prasetyo (2018) menyatakan jika harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana yusuf (2019) yang menyatakan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang ada dan melihat pentingnya kepuasan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPATU FUTSAL MEREK SPECS (Studi pada Pengguna Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati) “**.

1.2 Ruang Lingkup

Untuk menghasilkan alur pembahasan yang baik dan terarah agar penelitian dapat tercapai, maka ruang lingkup penelitian ini adalah :

- 1.2.1. Objek penelitian ini adalah Sepatu futsal merek Specs
- 1.2.2. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek, harga dan kualitas produk. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen
- 1.2.3. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna sepatu futsal merek Specs di Kota Pati.
- 1.2.4. Penelitian ini dilakukan 3 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan pada penelitian ini adalah :

1. Sepatu merek Specs berada di peringkat ketiga Top Brand Indeks setelah merek Adidas dan Nike
2. Data penjualan sepatu Specs mengalami fluktuatif dan cenderung menurun
3. Citra merek sepatu Specs masih kalah dengan sepatu Nike dan Adidas
4. Harga sepatu Specs hampir sama dengan sepatu Nike padahal citra merek Nike lebih tinggi dibandingkan Specs
5. Kualitas produk sepatu Specs belum bisa mengungguli kualitas sepatu Adidas dan Nike

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati?
- 1.3.2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati?
- 1.3.3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati?
- 1.3.4. Bagaimana pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati secara berganda?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan dibahas maka adapun tujuan penelitian ini yaitu :

- 1.4.1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati
- 1.4.2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati
- 1.4.3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati
- 1.4.4. Untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sepatu futsal merek Specs di Kota Pati secara berganda.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan yang dijalani penulis sehingga mampu menambah pengetahuan dan wawasan khususnya yang berkaitan dengan konsentrasi manajemen pemasaran bagi semua orang yang membacanya khususnya mahasiswa Universitas Muria Kudus.

1.5.2 Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber saran bagi mahasiswa yang akan menempuh skripsi yang mengambil judul Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu futsal.

