

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Olahraga menjadi salah satu kebutuhan dari semua orang yang perlu di penuhi. Banyak sekali jenis-jenis olahraga yang memiliki fungsi atau peran baik untuk tetap menjaga kebugaran serta kesehatan tubuh. Apalagi di masa-masa seperti pandemi covid-19, kita dianjurkan untuk berolahraga baik di rumah maupun di luar rumah untuk menjaga dan meningkatkan imunitas agar kita terhindar dari virus covid-19. Padatnya aktivitas sehari-hari membuat seseorang beralasan tidak memiliki waktu luang untuk berolahraga yang akhirnya jarang berolahraga. Bagaimanapun, saat ini olahraga telah mempunyai berbagai jenis yang jelas disukai oleh semua orang, baik anak-anak, remaja, dewasa, pria maupun wanita. Beberapa dari olahraga tersebut adalah *jogging*, zumba, futsal, dan *treadmill*. Olahraga ini sangat disukai karena selain tidak memerlukan waktu yang lama dan juga tidak terlalu menguras tenaga.

Sebagai penunjang seseorang untuk melakukan olahraga ini, diperlukan suatu elemen pendukung yang penting, salah satunya yaitu sepatu. Pemakaian sepatu didalam kegiatan berolahraga dimaksudkan sebagai alat pelindung kaki serta sekaligus menjadi pelengkap tambahan yang dapat meningkatkan rasa percaya diri, karena pada dasarnya sepatu dengan merek terkenal dan memiliki kualitas tinggi akan menjadi pusat perhatian masyarakat. Hal ini dapat melatarbelakangi rasa percaya diri seseorang untuk menjalankan kegiatan kesehariannya maupun dalam berkegiatan olahraga.

Kebutuhan akan sepatu untuk melindungi kaki saat berolahraga mendorong para produsen sepatu untuk membuat produk sepatu olahraga yang disukai pelanggan. Persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan yang memproduksi sepatu olahraga sangat kompetitif dalam menciptakan bentuk, desain, warna, kecanggihan teknologi, dan merek yang diciptakan. Merek sepatu olahraga yang saat ini beredar di Indonesia berasal dari berbagai negara antara lain Amerika, Eropa dan Asia seperti Adidas, Nike, Ardiles, Reebok, dan Diadora. Merek-merek tersebut tentunya banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Berikut ini daftar beberapa merek produk sepatu olahraga di Indonesia:

**Tabel 1. 1**  
**Merek Sepatu Olahraga di Indonesia**

<b>NO</b>	<b>Merek</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
1	Adidas	PT. Adidas Indonesia
2	Nike	PT. Nike Indonesia
3	Reebok	Reebok International, Ltd
4	Ardiles	PT. Wangta Agung
5	Diadora	Diadora S.p.A

Sumber : diolah oleh peneliti (2022)

Salah satu merek sepatu olahraga yang diminati oleh banyak masyarakat yaitu Adidas. Adidas adalah perusahaan sepatu Jerman yang membuat sepatu di era tahun 1920-an di Herzogenaurach dekat Nuremberg. Rancangan kemeja dan sepatu secara teratur menggabungkan tiga garis yang khas serta mempunyai

warna yang sama, dan motif yang sama di pakai sebagai logo resmi adidas. Adidas adalah organisasi pakaian aktif paling besar di Eropa dan terbesar kedua di dunia ini setelah Nike. Saat ini, Adidas telah mengglobal dan mendominasi industri produk olahraga dan menawarkan portofolio produk yang sangat luas di seluruh dunia. Strategi grup Adidas sangat sederhana untuk terus memperkuat merek. Selain hal tersebut itu, agar mendapatkan kepuasan pembeli atas produk-nya, Adidas terus menghadirkan perkembangan baru pada perancangan setiap produk-nya, misalnya dengan menghadirkan sepatu dengan kualitas bahan baku yang sulit terpikirkan para pesaing-nya.

Hingga kini, produk-produk sepatu olahraga yang dirilis oleh Adidas adalah produk dengan gaya stylish dan dapat disukai oleh berbagai kalangan. Produk yang mereka tawarkan juga mempunyai kualitas yang tidak biasa-biasa saja dibandingkan dengan pesaingnya, sehingga untuk terus memenangkan persaingan, Adidas harus terus-menerus memperoleh data tentang keinginan pembeli. Adidas selalu memasuki peringkat pertama di pasar Indonesia terutama pada kategori sepatu olahraga, hal ini dapat dilihat pada Tabel 2 Top Brand Index Kategori Sepatu Olahraga selama setahun (2019-2021).

**Tabel 1. 2**

**Top Brand Index Kategori Sepatu Olahraga tahun (2019-2021)**

Merek	2019		2020		2021	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
Adidas	32.5%	TOP	34.7%	TOP	32.8%	TOP
Nike	17.8%	TOP	16.6%	TOP	22.0%	TOP

Ardiles	12.6%	TOP	11.5%	TOP	10.4%	TOP
Reebok	8.7%	-	9.0%	-	9.2%	-
Diadora	7.9%	-	8.6%	-	6.6%	-

Sumber : *topbrands-awards.com* (2019-2021)

Dengan masuknya sepatu olahraga Adidas ke dalam *Top Brand*, berarti merek Adidas menjadi produk yang banyak diminati dan dicari oleh konsumen. Pada tabel 1.2 *Top Brand* diatas terlihat bahwa sepatu olahraga Adidas mengalami peningkatan persentase dari tahun 2019-2020. Pada tahun 2019 persentase sebesar 32,5% dan pada tahun 2020 Adidas mengalami peningkatan persentase sebesar 34,7%. Namun pada tahun 2021 Adidas mengalami penurunan persentase sebesar 32,8%. Sedangkan kompetitor lainnya seperti Nike yang berada pada peringkat ke-2 mengalami kenaikan persentase yang sama. Sehingga bisa kita lihat pada tabel 1.2 tersebut bahwa Adidas mempunyai sebuah masalah yang ada, akan tetapi masalah tersebut tidak terjadi kepada kompetitornya. Tetapi bagaimanapun, sepatu olahraga Adidas selalu menjadi *Top Brand* dalam tiga tahun terakhir.

Merek sepatu olahraga Adidas merupakan salah satu sepatu yang laris sehingga masuk dalam *Top Brand Award*, karena merek Adidas memiliki brand image yang kuat dan serta desain produknya selalu mengikuti perkembangan zaman. Brand image yang terkenal di kalangan masyarakat dengan kualitas tambahan dalam hal produk sepatu yang terjamin dan bagus di mata konsumen serta mampu bertahan di urutan teratas. Karena itulah sepatu olahraga Adidas

selalu menjadi *Top Brand* karena memiliki brand image yang baik dan berkualitas serta tidak mengecewakan konsumen untuk membelinya.

Dalam keputusan pembelian, desain produk, citra merek, dan gaya hidup menjadi salah satu pertimbangan dalam pembelian sepatu olahraga Adidas. Desain produk, citra merek, dan gaya hidup yang dapat dijangkau oleh mahasiswa, sehingga pembelian produk tersebut benar-benar tersedia bagi pembeli dari berbagai kalangan untuk menggunakan produk tersebut dan produk yang ditawarkan memiliki inovasi produk serta kualitas yang baik, sehingga banyak terjadi pembelian produk karena sebagian besar pembeli membutuhkan desain serta kualitas barang yang bagus.

Untuk menilai keputusan pembelian konsumen sepatu olahraga Adidas, peneliti melakukan pra survei dengan menyebarkan *Google Form* kepada 30 responden yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia tentang pendapatnya terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Adidas.

**Tabel 1.3**  
**Hasil Pra Survey**

No	Pertanyaan Pra Survey	Jumlah			
		Setuju		Tidak Setuju	
1	Saya Pernah Membeli atau Menggunakan Sepatu Olahraga Adidas ?	90%	27	10%	3
2	Saya Memutuskan Melakukan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas karena adanya kebutuhan serta menjadi pilihan utama?	80%	24	20%	6
3	Apakah dengan Desain yang bervariasi serta nyaman saat digunakan membuat saudara	76,7%	23	23,3%	7

	melakukan keputusan pembelian produk sepatu olahraga adidas?				
4	Apakah karena Jenis Produk sesuai dengan yang diinginkan membuat saudara melakukan keputusan pembelian sepatu olahraga adidas ?	66,7%	20	33,3%	10
5	Apakah Karena Memiliki Citra Merek yang baik serta kuat membuat saudara melakukan keputusan pembelian produk sepatu olahraga adidas?	76,7%	23	23,3%	7
6	Apakah Karena dapat memberikan kesan yang elegan saat digunakan membuat saudara melakukan keputusan pembelian sepatu olahraga adidas?	76,7%	23	23,3%	7
7	Apakah karena produk sesuai dengan hobi dan aktivitas yang dilakukan sehari-hari membuat saudara melakukan keputusan pembelian sepatu olahraga adidas?	60%	18	40%	12
8	Apakah karena dapat Meningkatkan Kepercayaan Diri saat Menggunakan Sepatu Olahraga Adidas membuat saudara melakukan keputusan pembelian produk tersebut?	73,3%	22	26,7%	8

Sumber : Hasil Pra survey (2022)

Konsep dasar teori Keputusan Pembelian, Keputusan Pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen tentang pengambilan keputusan dalam hal membeli atau menggunakan suatu produk. Berdasarkan tabel 1.3 hasil pra survey yang peneliti telah sebariskan melalui *Google Form* menyatakan bahwa sebanyak 27 Mahasiswa FEB Universitas Satsya Negara Indonesia Pernah membeli atau menggunakan sepatu olahraga adidas, sedangkan sebanyak 24 Mahasiswa menyatakan bahwa mereka melakukan pembelian karena adanya kebutuhan serta menjadi pilihan utama. Fenomena yang terkait dalam hal Keputusan Pembelian, Konsumen meminta suatu produk yang sesuai dengan preferensi, kebutuhan, dan daya beli mereka. Keadaan ini membuat Adidas dan perusahaan lainnya mengalami



persaingan ketat karena keinginan konsumen yang semakin kompleks. Sangat penting bagi adidas untuk memahami perilaku konsumen yang selalu berkembang, dengan cara memahami perilaku konsumen perusahaan dapat memberikan produk apa yang diinginkan konsumen serta menjadi peluang bagi perusahaan untuk mengambil hati para konsumen.

Konsep dasar teori Desain Produk, Desain itu adalah cara perusahaan membangun totalitas kepada produk serta berkaitan dengan karakteristik sehingga produk akan terlihat berfungsi dari sisi kegunaan konsumen. Desain yang baik akan memberikan kekuatan yang akan membentuk kekuatan suatu produk yang akan dipasarkan. Bisa dilihat dari tabel 1.3 sebanyak 23 Mahasiswa menyatakan desain yang bervariasi serta nyaman saat digunakan, dan sebanyak 20 Mahasiswa menyatakan Jenis produk yang sesuai keinginan membuat mereka melakukan keputusan pembelian sepatu olahraga adidas. Fenomena yang terkait dalam hal Desain Produk, Desain memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Jika desain produk yang ditawarkan beragam dan sesuai, maka konsumen cenderung mengambil keputusan untuk membeli produknya, sehingga jika desain produk tidak sesuai yang diinginkan, konsumen dapat mengalihkan keputusan pembeliannya ke produk lain yang sejenis. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Ardi Ansah (2017) Menunjukkan bahwa Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian oleh Gilang Aji Gumelar (2017) Menunjukkan bahwa Desain Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Konsep dasar teori Citra Merek. Citra Merek ialah seperti suatu keadaan dimana suatu merek dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap suatu produk dalam hal keputusan pembelian sehingga semakin baik citra merek maka semakin besar peluang untuk keputusan pembelian. Dari tabel 1.3 sebanyak 23 Mahasiswa menyatakan bahwa sepatu olahraga adidas mempunyai citra merek yang baik serta kuat, dan sebanyak 23 Mahasiswa menyatakan bahwa sepatu olahraga adidas dapat memberikan kesan yang elegan saat digunakan. Fenomena yang terkait dalam hal citra merek, Selain desain produk, citra merek dapat memengaruhi keputusan pembelian karena Selain sebagai pembeda dan identitas dari satu di antara banyak pesaing dengan produk yang sejenis, merek juga memiliki makna psikologis dan simbolis khusus di mata para konsumen. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuati Aniek dan Widya Ratih (2020) Menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anggita Dian Setyani dan Rokh Eddy Prabowo (2020) Menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Konsep dasar teori Gaya Hidup. Gaya hidup telah menjadi bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan keinginan seseorang untuk dapat mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup seseorang tidak permanen yang digambarkan dengan aktivitas, minat dan pendapat. Bisa dilihat pada tabel 1.3 sebanyak 18 Mahasiswa menyatakan bahwa produk sepatu olahraga adidas sesuai dengan hobi serta aktivitas yang dilakukan sehari-hari, dan sebanyak 22 Mahasiswa menyatakan bahwa produk sepatu olahraga



adidas dapat meningkatkan kepercayaan diri saat digunakan. Fenomena yang terkait dalam hal Gaya Hidup, Sehingga Gaya Hidup juga sangat mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk yang dipasarkan. Selain Desain produk yang beragam dan Citra merek yang kuat, Gaya Hidup dapat memengaruhi keputusan pembelian karena banyak hal yang berhubungan dengan Gaya Hidup seseorang yang menjadi alasan mengapa memilih suatu produk untuk dimiliki. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Michael Paulus Wullur (2020) Menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sweetly Jane Mongisidi, Jantje Sepang, dan Djurwati Soepeno (2019) Menyatakan bahwa Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 1. 4**  
**Identifikasi Masalah**

No	Masalah
1	Kendala yang dihadapi pada saat melakukan keputusan pembelian sepatu olahraga adidas yaitu, adidas mempunyai kombinasi warna yang monoton, variasi bahan kurang baik, dan serta desain yang mudah ditiru sehingga banyak sekali beredar sepatu adidas tiruan atau barang palsu, sehingga konsumen memilih untuk mencari produk yang sama dengan merek yang lain.
2	Sering sekali ditemui banyaknya produk tiruan, serta citra merek yang kuat dapat membentuk stigma yang membuat produk sepatu olahraga adidas diperuntukan hanya untuk kalangan atas, sehingga dapat menyebabkan konsumen berpindah ke merek yang lain.
3	Karena adanya pandemi covid 19, banyak konsumen yang merubah gaya hidupnya menjadi lebih sehat. Hal ini memicu perusahaan sepatu olahraga

berlomba-lomba membuat produk sepatu yang tidak hanya digunakan untuk berolahraga saja akan tetapi dapat dipakai untuk aktivitas sehari-hari. Dengan adanya penawaran seperti ini konsumen dapat membeli produk sesuai kebutuhannya. Akan tetapi jika perusahaan tidak dapat memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, konsumen memilih untuk mencari produk yang diinginkan ke merek yang lain.

Sumber : diolah oleh Peneliti (2022)

**Tabel 1. 5**  
**Research Gab**

<b>Variabel</b>	<b>Peneliti (Tahun)</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Desain Produk (X1)	Ardi Ansah (2017)	Berpengaruh
	Gilang Aji Gumelar (2017)	Tidak Berpengaruh
Citra Merek (X2)	Wahyuati Aniek dan Widya Ratih (2020)	Berpengaruh
	Anggita Dian Setyani dan Rokh Eddy Prabowo (2020)	Tidak Berpengaruh
Gaya Hidup (X3)	Michael Paulus Wullur (2020)	Berpengaruh
	Sweetly Jane Mongisidi, Jantje Sepang, dan Djurwati Soepeno (2019)	Tidak Berpengaruh

Sumber : diolah oleh Peneliti (2022)

Untuk mendukung data pada penelitian ini, peneliti telah menyebarkan *Google Form* pada bulan Maret pada 30 orang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia tentang penggunaan sepatu olahraga berdasarkan merek yang mereka pakai. Hal tersebut bisa dilihat pada Tabel 1.6 berikut ini :

**Tabel 1. 6**

**Tabel Survey Pengguna Sepatu**

<b>Merek</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Nike	12
Adidas	13
Rebook	3
Diadora	1
Ardiles	1
<b>Total</b>	<b>30 Orang</b>

Sumber : Hasil Survey melalui *Google From* (2022)

Dari Tabel 1.6 terdapat 13 individu yang memakai Sepatu Olahraga merek Adidas dan sisanya memakai merek yang berbeda. Hal ini dikarenakan penentuan produk sepatu olahraga merek Adidas dilatarbelakangi oleh preferensi dan keinginan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Hal inilah yang melatarbelakangi alasan mendasar mengapa sepatu olahraga merek Adidas telah menjadi fashion sehari-hari maupun dalam olahraga yang banyak dipilih oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia. Meski demikian, ada beberapa mahasiswa yang memilih untuk tidak memakai sepatu olahraga merek Adidas, karena menurut mereka sepatu olahraga merek Adidas sebenarnya memiliki kelemahan.

Salah satu kelemahan sepatu olahraga Adidas adalah banyak beredarnya sepatu olahraga Adidas tiruan atau bisa disebut dengan Barang Palsu. Barang

Palsu ialah versi tiruan atau replika dari suatu produk milik perusahaan lain. Barang Palsu ini bukan hanya dihadirkan sebagai versi tiruan ataupun replika merek terkenal saja, tetapi untuk semua merek. Barang Palsu diproduksi tanpa mempergunakan hak merek yang bersangkutan, para produsen membuatnya dengan meniru. Level barang palsu yang paling banyak dikenal adalah Copy 1:1, Copy super, Copy 1, harga barang palsu paling mahal serta kualitas hampir mirip barang aslinya adalah Copy 1:1 atau bisa disebut juga sebagai MIRROR.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAHRAGA MEREK ADIDAS ( STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA)”**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan, maka Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Desain Produk, Citra Merek, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas?
2. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas?

4. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah.

- a. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk, Citra Merek, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu dan wawasan bagi peneliti, juga guna memenuhi syarat kelulusan serta untuk mendapatkan gelar S1.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu dipergunakan sebagai bahan acuan dan informasi bagi pembaca yang akan melakukan penelitian selanjutnya, khususnya tentang pemasaran mengenai desain produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga.

