

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Saat ini sepatu merupakan salah satu jenis alas kaki yang sering digunakan oleh manusia mulai dari anak-anak hingga orang dewasa dalam berbagai acara dan waktu tertentu. Dahulu produk sepatu hanya digunakan untuk melindungi kaki dalam menjalankan aktivitasnya tanpa perlu memperhatikan model ataupun bentuknya. Namun seiring berkembangnya zaman, produk sepatu tentunya mengalami perkembangan. Baik dari segi model juga kenyamanan yang diberikan saat memakai sepatu tersebut. Produk sepatu tidak hanya merupakan salah satu kebutuhan hidup utama namun pula sudah menjadi semacam cerminan gaya hidup bagi setiap orang yang memakainya. Permintaan sepatu kini sedang mengalami peningkatan yang relatif pesat, ini ditandai dengan terus bermunculan model-model sepatu baru yang trend pada kalangan konsumen.

Permasalahan yang terjadi saat ini ialah konsumen mengalami kebingungan dalam memutuskan produk sepatu mana yang akan mereka beli, terutama kebutuhan sehari-hari memakai sepatu casual untuk berpergian, olahraga bahkan bekerja, sebab begitu banyak produk dengan fitur serta manfaat serupa ditawarkan dengan berbagai merek yang berbeda. Persaingan industry sepatu dituntut menghasilkan produk model sepatu yang tidak ketinggalan zaman serta berkualitas. Banyaknya beragam merek produk sepatu beredar, mendorong konsumen dalam memilih produk sepatu yang diharapkan mulai dari desain produk yang menarik,

merek dengan produk yang terkenal, sebab pada umumnya merek sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin banyaknya pendatang baru dalam menguasai pasar, perusahaan diharuskan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya agar bisa terus bersaing melalui terobosan yang lebih baru. Merek yang semakin beragam dan bervariasi yang ditawarkan membentuk konsumen memiliki banyak pilihan untuk membeli. Namun banyaknya merek sepatu casual maupun sport saat ini menjadikan timbulnya masalah baru, dan berdampak pada penurunan penjualan.

Skechers merupakan salah satu merek yang berada dibawah naungan PT. MAP Aktif Adiperkasa. Merek sepatu tersebut berasal dari Amerika dengan konsep sepatu olahraga dan gaya hidup. Berikut adalah tabel penjualan Sepatu Skechers di tahun 2021:

**Tabel 1. 1**

**Penjualan Produk**

Bulan	Target	Pendapatan	%
Januari	320.000.000	343.362.350	107,30%
Februari	340.000.000	319.061.780	93,84%
Maret	388.800.000	641.225.700	164,92%
April	781.100.000	672.718.990	86,12%
Mei	1.260.000.000	532.478.900	42,26%
Juni	429.000.000	387.464.970	90,32%
Juli	600.000.000	33.720.760	5,62%
Agustus	610.000.000	209.734.370	34,38%
September	526.050.000	341.337.260	64,89%
Oktober	609.000.000	474.823.540	77,97%
November	604.000.000	431.541.540	71,45%
Desember	734.000.000	672.673.400	91,64%
Total	7.201.950.000	5.060.143.560	70,26%

Sumber: Skechers Mall Central Park

Pada Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa telah terjadi fluktuasi pada penjualan sepatu Skechers di Mall Central Park pada tahun 2021. Dimana penjualan sepatu Skechers selama tahun 2021 tidak memenuhi target yang sudah di tetapkan oleh perusahaan, hanya pada bulan Januari dan Maret penjualan Sepatu Skechers dapat memenuhi target penjualan yang sudah ditetapkan. Pendapatan terendah penjualan sepatu Skechers terjadi pada bulan Juli yang hanya mendapatkan 33 juta dengan persentase 5,62% dan pendapatan tertinggi selama tahun 2021 terjadi pada bulan April sebesar 672,7 juta dengan persentase 86,12%. Hal ini terjadi karena munculnya para pesaing dari berbagai jenis produk yang sangat mempengaruhi penurunan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menjadi dua alternatif yang akan konsumen pilih ketika akan mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Proses pengambilan keputusan tersebut menjadi suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh serta menggunakan barang yang ditawarkan oleh pihak produsen. Proses pengambilan keputusan yang dijalani oleh konsumen tersebut, melewati berbagai tahapan. Dari mulai identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga menjadi keputusan pembelian. Dari tahapan tersebut, konsumen akan dihadapi oleh berbagai factor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian. Skechers melakukan berbagai cara untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Salah satu cara yang dilakukan sepatu Skechers dalam mempengaruhi konsumen adalah dengan selalu memberikan informasi-informasi terbaru tentang produk yang dimiliki Skechers khususnya sepatu melalui media sosial.

Desain produk merupakan factor penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan banyaknya produsen sepatu, desain produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum menggunakan produk tersebut. Konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan untuk menggunakan berbagai macam sepatu. Karena adanya persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk memberikan aneka ragam produk yang bervariasi serta memiliki nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing, sehingga dapat memuaskan harapan para konsumen. Seperti yang di alami Skechers khususnya sepatu Skechers masih kurang dalam warna dan variasi yang beragam, maka dari itu adanya evaluasi dari sepatu Skechers agar dapat memenuhi harapan konsumen dalam memilih produk sepatu Skechers yang akan dibeli.

**Tabel 1. 2**  
**Pra Survey Desain Produk Sepatu Skechers**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak
1.	Desain produk yang dihasilkan mempengaruhi keputusan pembelian	30	0
2.	Desain produk Skechers stylish dan cocok untuk semua kalangan	27	3
3.	Sepatu merek Skechers memiliki warna yang beragam	13	17
4.	Desain produk Skechers terlihat elegan dan menarik	23	7
5.	Sepatu merek Skechers memiliki variasi yang beragam	10	20
<b>Total</b>		<b>103</b>	<b>47</b>

Pada tabel 1.2 hasil pra survei yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pelanggan memberikan respon/tanggapan yang baik, dengan perbedaan 103 pendapat positif dan 47 pendapat negatif. Hal tersebut menjadikan desain produk yang diberikan kepada pelanggan cukup baik walaupun masih ada keluhan terhadap beberapa produk yang tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Saat ini produsen Sepatu Skechers masih belum memenuhi target di setiap bulan penjualannya. Dengan hasil pra survey yang telah dilakukan masih terdapat kendala antara lain, desain produk sepatu skechers masih kurang memiliki variasi dan warna yang beragam. Sehingga perlu dilakukan evaluasi agar mampu memenuhi keinginan dan harapan pelanggan. Desain produk tentu sangat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen, selain itu pengawasan dalam proses produksi barang yang dijalankan serta media produksi seperti, mesin dan teknologi lainnya perlu dilakukan inovasi pada model agar tidak terjadi kendala dalam menjaga desain produksi barang tersebut.

Selain hal tersebut, selanjutnya terdapat citra merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor citra merek merupakan suatu faktor yang dapat mempengaruhi pembelian. Citra merek merupakan bagaimana konsumen mempersepsikan ciri-ciri suatu perusahaan. Merek yang kuat ditandai dengan dikenalnya suatu merek pada masyarakat, asosiasi merek yang tinggi dalam suatu produk, persepsi positif dari pasar serta kesetiaan konsumen terhadap merek yang tinggi. Citra merek dicermati dari asosiasi yang dimiliki orang-orang terhadap suatu merek. Kekuatan merek bergantung pada tingkat kepositifan dan seberapa seringkali munculnya pada benak konsumen.

Penting bagi perusahaan untuk mengatur asosiasi macam apa yang dapat dibuat dari sinyal-sinyal yang mereka tunjukkan, sehingga sangat krusial bagi perusahaan untuk memiliki identitas merek yang jelas. Dengan citra merek yang kuat, tingkat penjualan produk pun dapat meningkat. Merek sepatu Skechers saat ini belum terlalu dikenal melalui media yang dimana juga mempengaruhi reputasi merek Skechers itu sendiri. Maka Skechers harus mampu menjaga nama baik Citra merek dari sepatu Skechers sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

**Tabel 1. 3**  
**Pra Survey Citra Merek Sepatu Skechers**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak
1.	Sepatu merek Skechers memberikan rasa kepercayaan diri setelah menggunakannya	23	7
2.	Sepatu merek Skechers memiliki reputasi yang baik	29	1
3.	Sepatu merek Skechers memiliki keunggulan tersendiri dan perbedaannya dengan produk lain	18	12
4.	Sepatu merek Skechers mudah dikenal melalui media	11	19
5.	Sepatu merek Skechers memiliki logo yang menarik	27	3
<b>Total</b>		<b>108</b>	<b>42</b>

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa citra merek yang diberikan oleh Sepatu Skechers dengan pernyataan nomor 4 yaitu sepatu merek Skechers mudah dikenal melalui media memiliki tingkat penilaian yang tidak terlalu baik dengan persentasi dari pra survey 11 pendapat positif dan 19 pendapat negatif. Ini menjadikan faktor citra merek cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepatu Skechers.



Dengan belum tercapainya target penjualan Sepatu Skechers, dilihat dari hasil pra survey yang telah dilakukan masih terdapat kendala antara lain, citra merek dari sepatu Skechers masih belum terlalu di kenal masyarakat melalui media. Sehingga perlu dilakukan evaluasi tentang pemahaman konsumen agar mampu memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Sepatu Skechers memiliki citra merek yang baik bagi pengguna sepatu Skechers, namun untuk masyarakat secara luas masih banyak yang belum mengenal merek dari sepatu Skechers. Maka dari itu, perusahaan dan setiap karyawan harus konsisten dalam menjaga nama baik dan citra merek perusahaan yang sudah melekat di benak konsumen.

Pemasaran digital merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh konsumen untuk mendukung aneka macam aktivitas yang dilakukan. Pemasaran digital juga dapat mengetahui respon konsumen terhadap produk yang ditawarkan dengan melihat testimoni atau komentar yang diposting. Komunikasi yang baik dapat mempererat korelasi baik dengan konsumen. Hal tersebut secara tidak langsung akan menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen, karena konsumen merasa diperhatikan. Ketika konsumen menerima kepuasan, maka konsumen akan memberikan testimoni yang positif lalu akan merekomendasikan pada orang lain melalui internet. Internet pemasaran produk bisa lebih terbantu, karena internet memungkinkan proses pemasaran yang lebih efektif, respon yang lebih cepat serta biaya yang lebih murah. Biaya yang murah serta penyebaran berita yang cepat dibutuhkan dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat mencapai penjualan yang sesuai target.

Apabila pemasaran digital perusahaan kurang maksimal dilakukan maka dapat berdampak buruk kedepannya terhadap keputusan pembelian. Maka dari itu, setiap perusahaan besaing agar dapat memasarkan produknya melalui pemasaran digital kepada konsumen yang ingin membeli produk-produknya. Tentu disetiap perusahaan mempunyai sistem pemasaran digital berbeda yang membuat para konsumen/pelanggan mempunyai pilihan yang beragam. Dari yang dialami Skechers khususnya sepatu saat ini kurangnya informasi produk yang diberikan dalam iklan melalui internet, dan kurangnya tanggapan dan respon yang diajukan konsumen. Sehingga pihak Skechers harus lebih cepat dalam menangani apa yang jadi keinginan dan harapan konsumen untuk mempengaruhi keputusan pembelian pada sepatu Skechers.

**Tabel 1. 4**  
**Pra Survey Pemasaran Digital Sepatu Skechers**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak
1.	Pemasaran digital memudahkan dalam pencarian produk Skechers	26	4
2.	Produk sepatu Skechers memasang iklan di internet	14	16
3.	Admin online sepatu Skechers cepat memberikan respon terhadap pertanyaan yang diajukan pelanggan	13	17
4.	Ketersediaan model dan desain sama seperti di store offline Skechers	21	9
5.	Produk sepatu skechers menggunakan email untuk sarana pemasaran produknya (seperti diskon, produk baru, dll)	19	11
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b>57</b>



Pada tabel 1.4 tersebut bisa dilihat bahwa pemasaran digital yang diberikan oleh sepatu Skechers memberikan pemasaran digital yang cukup baik dengan total 93 penilaian positif dan 57 penilaian negatif, yang berarti persentasi lebih banyaknya konsumen yang memberikan penilaian positif terhadap pemasaran digital yang telah diberikan. Hal itu mempengaruhi pada meningkatnya keputusan pembelian yang baik walaupun masih cukup banyak yang mengalami keluhan pada pemasaran digital.

Namun target penjualan itu masih belum tercapai seperti yang di alami oleh sepatu Skechers, dengan hasil pra survey yang dilakukan masih terdapat kendala antara lain, produsen sepatu Skechers masih kurang dalam suatu iklan di internet dan kurangnya dalam memberikan respon kepada konsumen dalam pemasaran digital melalui website atau internet. Sehingga perlu adanya evaluasi terkait pemasaran digital agar mampu memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

Dengan memaksimalkan pemasaran secara online dengan menginformasikan dan mendiskripsikan setiap model dan desain produk Skechers, konsumen yang ingin mengetahui setiap model dan desain dari produk skechers melalui media sosial atau website kemungkinan dapat melihat dan mengetahui berbagai macam model dan desain tanpa harus datang ke toko Skechers dan membagikan pengalaman dengan para konsumen lain, sehingga dapat memungkinkan menambah munculnya konsumen baru yang tertarik akan produk dan desain yang dihasilkan perusahaan. Sehingga hal tersebut dapat menguntungkan kedua pihak antara perusahaan dan konsumen. Sebaliknya, jika perusahaan tidak memberikan informasi secara online yang tidak sesuai ekspektasi

konsumen, akan berdampak negatif bagi produk yang dihasilkan perusahaan dan berdampak konsumen dapat menyebarkan isu buruk terhadap produk perusahaan.

Berikut penelitian terdahulu yang sudah dilakukan untuk mendukung penelitian ini antara lain:

Ardi Ansah (2017) Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Ega Earvano (2018) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Futsal Specs di Kota Magelang. Desain Produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Alfian Tauza Faisal (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Reebok di Surabaya. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Haris Maupa, et al (2019) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Bagas Setyo Prayogi (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Specs. Pemasaran Digital berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Saepul Anwar Yasin Subada (2019) Analisis *Pengaruh Brand Ambassador, Digital Marketing, dan Consumer Style Inventory* Terhadap Keputusan Pembelian

Sepatu Kulit di Kalangan. Pemasaran Digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas dan penelitian sebelumnya maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Pemasaran Digital dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park. Maka dari itu penulis memilih judul penelitian **“Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Desain Produk, Citra Merek, dan Pemasaran Digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park?
2. Apakah Desain Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park?
3. Apakah Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park?
4. Apakah Pemasaran Digital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, dan Pemasaran Digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park.
- b. Untuk mengetahui apakah Desain Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park.
- c. Untuk mengetahui apakah Citra Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park.
- d. Untuk mengetahui apakah Pemasaran Digital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Skechers di Mall Central Park.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini harus memungkinkan untuk penggunaan berikut:

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai salah satu kondisi untuk memenuhi kelulusan program strata (S1) oleh mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber tambahan, bahan pembimbing sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan berkaitan dengan strategi perusahaan yang berhubungan dengan keputusan pembelian sepatu Skechers di Mall Central Park.

