

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi saat ini semakin mengarah pada persaingan yang ketat khususnya untuk perusahaan sejenis. Oleh karena itu, keadaan ini akan mengakibatkan perusahaan setiap kali harus selalu mengikuti perkembangan dan perubahan. Selain itu, perusahaan harus mengikuti pola perilaku pesaing dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat antar persaingan antara perusahaan semakin ketat dalam perebutan pangsa pasar. Setiap perusahaan ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya, Perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan yang dapat memikat konsumen dalam rangka mempertahankan dan merebut pangsa pasar yang sudah ada.

Sesuai hasil observasi di peroleh fenomena yang sedang berkembang saat ini dimana konsumen melakukan pembelian ulang terhadap salah satu jenis kebutuhan Pada alas kaki seperti sepatu dan sandal, dan zaman modern saat ini, salah satu industri yang tumbuh pesat ialah industri sepatu. Hal ini terjadi karena tumbuhnya peningkatan kesadaran masyarakat akan alas kaki tersebut yang di katagorikan ialah sepatu dan sandal. Tidak hanya untuk sekedar alas kaki, sepatu berfungsi sebagai nilai tambah penampilan seseorang yang menggunakannya, sebagai nilai kecantikan dan model untuk para

pengguna sepatu. Kenyataan ini adalah peluang yang dimanfaatkan oleh produsen sepatu dengan mengeluarkan berbagai jenis model dan merek di Indonesia. Produsen sepatu berlomba-lomba untuk menarik minat konsumen untuk membeli produknya.

PT. Mahkota Petriedo Indoperkasa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran atau yang lebih dikenal dengan Kickers Shoes. Perusahaan produk sepatu mempertimbangkan kualitasnya dengan menyesuaikan harga dari setiap sepatu yang dibuatnya dan melihat dari manfaat dan keunggulan yang akan didapat oleh konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Harga yang sesuai dengan kualitas produk nya maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut karena konsumen tidak selalu terpaku pada harga yang rendah.

Ditambahkan tentang Citra untuk lebih mengetahui mengapa kondisi itu terjadi saat sekarang berdasarkan ekstimasi berdasarkan penelitian kemungkinan itu ditemukan rendah pencitraan yang rendah akibatnya banyak membatalkan pembelian untuk itu maka akan di kajikan teori Menurut Mowen (Kotler,2008:346) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari infomasi dan pengalaman masalalu terhadap suatu merek. Konsumen yang

memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

citra merek sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dari benak konsumen. Yang dimana pemberian merek bertujuan dengan indikatornya :

1. Perusahaan menjalin konsumen bahwa barang yang dibeli sungguh berasal dari perusahaan.
2. Perusahaan menjamin mutu barang.
3. Perusahaan memberi nama pada merek barangnya agar mudah di ingat dan disebut sehingga konsumen dapat menyebutkan mereknya saja.

Sekarang ini salah satu produk sepatu yang banyak dicari kualitasnya yaitu sepatu yang bahan dasarnya berbahan kulit. Beragam merek pun telah banyak menjadi persaingan bagi perusahaan Kickers tersendiri, karena pesaing mencoba membuat produk yang berbahan kulit namun dengan harga yang berbeda dengan yang ada di harga Kickers itu sendiri.

Dalam meningkatkan penjualan Kickers Shoes Perusahaan membuka beberapa cabang di berbagai departement store seperti Matahari Departement Store, SOGO, Pondok Indah Mall (PIM), SEIBU, CENTRO, CITRUSMALL, dan METRO. salah satunya di Matahari Mall Ciputra Cibubur yang memasarkan produk sepatu dengan berbagai pilihan model-model yang mulai dari sepatu kerja casual dan sandal,

semua sepatu dan sadal berbahan kan kulit sapi, dan sangat menjaga kualitas produk nya, karena dengan menjaga kualitas produk tersebut maka pelanggan tidak akan beralih ke produk lain dan tetap menggunakan produk dari Kickers.

Hariadi dan Martoadmodjo (2013), mengemukakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli, disatu sisi menunjukkan pendapatan dan disisi lainnya menunjukkan biaya penetapan harga yang harus diperhitungkan secara matang karena penetapan harga tidak hanya berpengaruh terhadap laba yang diterima oleh perusahaan, tetapi dalam jangka panjang sangat berpengaruh pada penjualan produk di pasar yang pada akhirnya akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan.

Penetapan harga yang sudah bersaing di pasar merupakan salah satu usaha perusahaan untuk dapat mengembangkan perusahaannya agar dapat meningkatkan volume penjualan dan laba yang diterima. Bila harga yang ditawarkan sudah bersaing di pasaran maka konsumen akan melihat pada barang atau produk yang diberikan apakah telah sesuai dengan kualitas yang baik dan produk tersebut harus juga memiliki manfaat bagi konsumen, agar konsumen mempunyai pilihan dalam membeli sehingga tidak perlu lagi mencari ke merek lain.

Konsumen memiliki tingkat kesetiaan yang sangat beragam pada merk, toko dan perusahaan tertentu. Karena sebelum konsumen memutuskan untuk berbelanja, konsumen terlebih dahulu membuat keputusan diantaranya adalah proses merasakan dan mengevaluasi informasi merek produk, mempertimbangkan bagaimana alternatif mereka dapat kebutuhan konsumen dan pada akhirnya memutuskan merek apa yang akan di beli.

Namun pada dasarnya, konsumen akan membeli produk yang dapat memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat dan kualitas dari produk tersebut.

Kualitas produk merupakan persepsi konsumen maka dapat di analisis jika persepsi konsumen tentang produk tersebut negatif, produk tersebut tidak akan disukai dan tidak akan bertahan lama di pasaran dan sebaliknya jika persepsi konsumen positif produk tersebut akan di sukai dan beranggapan bahwa kualitas yang baik merupakan jaminan keputusan membeli dalam produk tersebut.

Perusahan Kickers PT.Mahkota Petriedo Indoperkasa ini harus mampu menciptakan kepuasan konsumen dengan kualitas produk nya yang sangat berpengaruh dengan harga jual yang sudah ditentukan agar menciptakan kesan yang baik dengan citra merek (*brand image*) yang sudah dibuat perusahaan untuk produknya.

Salah satu jalan untuk meraih keunggulan kompetisi berkelanjutan adalah dengan membentuk citra merek (*brand image*)

yang baik secara emosional akan membentuk kepuasan dalam setiap individu yang menghasilkan kesan baik dan kualitas (persepsi nilai yang dirasakan konsumen atas mutu produk) terhadap suatu merek. Hal ini karena dengan memiliki merek yang kuat produk yang baik akan dikenal oleh konsumen, ini merupakan investasi jangka panjang bagi perusahaan. Oleh sebab itu citra merek (*brand image*) yang baik mampu menciptakan kepuasan tersendiri dan makin tingginya keputusan konsumen untuk membeli.

Seperti yang sudah diketahui banyak merek-merek pesaing yang dikenal dengan citra mereknya seperti *crocodile shoes*, *pierre cardin*, *playboy*, dan merek lainnya. Setiap merek menawarkan pelayanan tersendiri untuk pelanggannya, sampai penetapan harga yang cukup bersaing sesuai dengan jenis dan segmen pasarnya. Konsumen saat ini juga sangat kritis dalam memilih suatu produk, sampai pada keputusan untuk membeli produk tersebut. Seperti diketahui bersama bahwa tawaran produk saat ini sangatlah beragam dan banyak, tidak terkecuali untuk citra merek dari produk sepatu mengalami perkembangan yang sangat pesat bagi penilaian konsumen. Alternatif pilihan yang semakin banyak memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan sesuai dengan selera dan kemampuan ekonominya. Karenanya, dengan menjaga mutu dan model, produsen dapat memikat dan membuat konsumen tersebut membeli dan loyal terhadap produk tersebut.

Kickers shoes sendiri memperhatikan betul produk yang dibuatnya dan membentuk citra merek dari produk sepatu yang sudah dibentuk dengan adanya label kickers dengan warna yang berbeda dimana label dengan tulisan Kickers berwarna hijau di sisi kiri setiap jaitan model dibagian sepatu, dan untuk sisi bagian kanan jahitan itu berwarna merah. Itu menjadi tanda simbol citra merek (*brand image*) Kickers Shoes tersendiri. Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Peter dan Olson (2013:163) keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang berkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya Produk, Merek, Kualitas, Pelayanan.

Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek (*brand image*) produk yang mereka miliki. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap harga yang memberikan kualitas sehingga menciptakan kesan yang baik terhadap konsumen yang membuat citra merek dari produk itu sendiri sehingga terjadinya keputusan pembelian, dengan konsumen memutuskan melakukan

pembelian maka akan mendapatkan tuntutan untuk memelihat konsumen tersebut agar mereka bisa setia, atau bahkan membuat konsumen untuk menarik konsumen baru membeli produknya. Dengan begitu, dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

Dari uraian latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Harga dan Citra Merek (*brand image*) Terhadap Keputusan pembeli KICKERS SHOES di Cabang Matahari Ciputra Cibubur”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan ialah :

1. Harga jual Kickers Shoes.
2. Belum tersedia brosur secara lengkap
3. Banyaknya pengunjung membatalkan pembelian.
4. Terbatasnya jumlah produk baru yang masuk.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah dan batasan masalah maka penulis membatasi masalah penelitian :

1. Harga terhadap Kickers
2. Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Kickers
3. Keputusan Pembeli terhadap Kickers

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah peneliti yang telah dikemukakan oleh penulis, maka rumusan masalah peneliti ini adalah :

1. Apakah harga produk berpengaruh positif atau negatif dalam keputusan pembeli produk sepatu kickers di Matahari Departement Store Ciputra Cibubur?
2. Apakah citra merek (brand image) berpengaruh positif atau negatif dalam keputusan pembeli sepatu merek kickers ?
3. Harga dan kualitas produk menjadi salah satu faktor dalam keputusan membeli produk kickers?

E. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh harga pada produk *Kickers Shoes* yang pembeli produknya terbilang cukup .
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek yang ada pada produk *Kickers shoes* terhadap keputusan pembeli produk *Kickers*.
3. Untuk mengetahui seberapa banyak keputusan membeli produk Yang terjadi pada pada produk *Kickers shoes*.

F. Manfaat Penelitian

Penulis memiliki harapan semoga penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik secara Umum dan secara Khusus :

1. Kegunaan Umum :

- a. Untuk mengetahui harga, Citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembeli produk Kickers Shoes di Matahari Departement Store Ciputa Cibubur.
- b. Untuk menganalisa pengaruhnya harga, Citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembeli produk Kickers Shoes di Matahari Departement Store Ciputa Cibubur.

2. Kegunaan Khusus

- a. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Niaga (S.Sos) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Respati Indonesia.
- b. Menerapkan Ilmu untuk penulis yang memiliki harapan agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan selama melakukan proses perkuliahan.
- c. Meningkatkan wawasan pengetahuan penulis pada bidang ilmu retail khususnya pada variabel masalah yang diteliti, yaitu tentang Pengaruhnya harga terhadap suatu Citra Merek dan keputusan pembeli.