BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangannya dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang begitu pesat. Hal tersebut ditandai dengan semakin banyak perusahaan didirikan dan menghasilkan produk yang sama dengan beragam macam dan variasinya. Dengan menghasilkan produk yang sama tentu secara alamiah akan menciptakan suatu persaingan yang tidak dapat terelakkan untuk mendapatkan konsumennya/pelangganya. Bagi konsemen/pelanggan tersedianya berbagai macam pilihan merek dan variasi produk membuat mereka bebas untuk menentukan merek apa yang ingin dibelinya. Karena keputusan pembelian ada pada pelanggan itu sendiri, maka pelanggan/konsumen pasti akan menggunakan kriteria tersendiri untuk menentukan merek dan produk yang akan dibelinya (Wulandari and Iskandar, 2018 :12). Dengan adanya berbagai pilihan merek dan produk pun konsumen/pelanggan akan secara selektif untuk membeli barang yang bagus sesuai dengan kebutuhannya dan seleranya. Hampir setiap pelanggan pasti menginginkan produk atau merek yang berkualiatas.

Berdasarkan data dari Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo) yang di lansir dari Radar Surabaya Jawapos.com, munculnya pandemi Covid-19 mengakibatkan kinerja produksi sepatu secara nasional turun sampai 70 persen. Hal tersebut diakibatkan daya beli yang menurun serta keterbatasan bahan baku. Akan tetapi, hal itu tidak mengakibatkan para pebisnis pesimistis. Kepala Balai

Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia (BPIPI) Heru Budi Susanto mengemukakan, pandemi ini justru menjadikan pelaku bisnis sepatu jadi lebih kreatif memanfaatkan situasi pasar. Ia menerangkan, saat ini beberapa pebisnis berpindah profesi buat sandal ataupun sepatu casual untuk sehari-hari karena kebanyakan masyarakat melaksanakan work from home. “Saat ini yang banyak dicari masyarakat ialah sandal ataupun sepatu santai. Sehingga, yang dulunya terbiasa membuat sepatu kulit serta resmi, sekarang mulai beralih ke produk sandal,” imbuhnya, serta mengemukakan, pebisnis yang melaksanakan peralihan ini memang masih sedikit. Rata-rata masih dikuasai IKM alas kaki kepunyaan anak muda. “Akan tetapi, ini merupakan suatu tren baru untuk mempertahankan penjualan dimasa Covid-19 yang bisa saja akan ditiru oleh yang lain,” tambahannya.

Di Batam sendiri, penggunaan sepatu tentu sangat di perhitungkan, baik untuk yang bekerja di perusahaan, di perbankkan, sampai mahasiswa dan anak-anak sekolah memerlukan bahkan diwajibkan harus menggunakan sepatu. Dalam perusahaan yang bergerak di manufaktur misalnya, mereka mewajibkan karyawannya untuk menggunakan sepatu. Untuk kalangan anak muda di Batam sendiri, penggunaan sepatu dan sandal digunakan untuk menunjang penampilan saat berpergian, nongkrong atau hanya sekedar jalan-jalan. Mereka akan selalu menyesuaian pakaian yang mereka pakai dengan sepatu yang akan di kenakan. Untuk kalangan mahasiswa seperti Universitas Putera Batam, mereka mewajibakan mahasiswanya untuk menggenakan sepatu saat perkuliahan di kampus. Jadi penggunaan sepatu di Batam sendiri cukup penting dan Dr.kevin

shoes harus bisa untuk menciptakan sepatu yang mereka butuhkan dengan kualitas yang baik, desain yang trendy serta citra merek yang maksimal agar produknya banyak di gandrungi baik kalangan muda, pekerja sampai mahasiswa.

Dr.Kevin adalah sebuah merek dagang Indonesia yang telah dibangun sejak tahun 1993 serta bergerak di bidang produksi alas kaki pria dan wanita. Dr.Kevin Shoes menyediakan beragam model sepatu berkualitas untuk pria dan wanita dengan harga yang ekonomis. Jenis alas kaki yang jual Dr.kevin adalah sepatu dan sandals. Dr. kevin menyediakan sepatu berbagai model yaitu formal, casual dan sneakers yang di gandrungi anak muda. Dalam penggunaan bahan, Dr.kevin ada yang berbahan dasar kulit, sintetis dan juga beludru. Salah satu pemasaran yang dilakukan dr.kevin adalah dengan menjualnya di departemen store-departemen store yang ada di Indonesia , salah satunya adalah Matahari Departement Store yang berada di Kepri Mall Batam. Namun dalam pemasarannya di departemen store, Dr.kevin harus mampu bersaing dengan merek-merek sepatu yang lain seperti Yongki Komaladi, Fladeo Shoes, Jimjoker dan masih banyak lagi merek yang ada di Matahari Kepri mall tersebut. Agar mampu bersaing Dr.kevin harus dapat menunjukkan eksistensinya dengan menghasilkan produk-produk terbaru dengan desain yang menarik, tentu akan digandrungi oleh banyak orang dengan harga yang terjangkau dikalangan konsumen/pelanggan.

Kebutuhan dan keinginan setiap konsumen akan selalu mengalami perubahan. Untuk itu setiap perusahaan wajib bisa memahami keinginan serta kebutuhan konsumen tersebut. Apa kualitas barang yang diutamakan, desain

produk yang menarik, atau merek yang telah terkenal menjadi suatu pertimbangan tersendiri bagi konsumen tersebut untuk membeli produk kita.

Berikut adalah tabel yang menyajikan pendapatan sepatu Dr.kevin di Matahari Kepri mall batam Periode Mei-September 2020

Tabel 1.1 Nilai Pendapatan Dr kevin Periode Juli - November 2020

No	Bulan	Target	Pencapaian	Keterangan
2	Agustus	Rp. 20.000.000	Rp. 20.018.110	>100%
3	September	Rp 20.000.000	Rp. 11.699.520	58%
4	Oktober	Rp.20.000.000	Rp. 16.085.100	80%
5	November	Rp.20.000.000	Rp.19.710.590	98%
6	Desember	Rp. 30.000.000	Rp. 34.412.085	>100%

Sumber: Rekap Penjualan Sales Pramuniaga Boy Dr.Kevin

Dari tabel 1.1. diatas menggambarkan bahwa pencapaian/ sales yang di dapat oleh Dr.kevin selama bulan Juli 2020 sampai November 2020. Dimana pada Agustus 2020, Drkevin memperoleh pendapatan sebesar Rp 20.018.110 atau achievement sebesar 101%. Namun di bulan berikutnya, Dr. kevin mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Dengan pendapatan hanya sebesar Rp. 11.699.520 dengan achievement sebesar 58%. Kemudian di bulan berikutnya, Dr.kevin mengalami kenaikan pendapatan kembali dari bulan sebelumnya, yaitu dengan pendapatan sebesar Rp. 16.085.100 dengan echievment 80%. Dan yang terakhir di bulan November, dRkevin mengalami kenaikan pendapatan kembali, yaitu dengan pendapatan sebesar Rp. 19.710.590 dengan achievement sebesar 98%. Dan pada akhir tahun, atau bulan Desember,

Dr.kevin mengalami kenaikan pendapatan yaitu mencapai Rp. 34.412.085 dengan presentase sebesar lebih darii 100%. Untuk target setiap bulannya, Dr.kevin dapat mencapai target yang diberikan oleh manajemen Matahari Kepri Mall pada Bulan Agustus dan Desember 2020. Namun pada 3 bulan lainnya, Dr kevin belum bisa mencapai target yang diberikan. Selain dari pandemi yang sedang melanda saat ini faktor lain seperti citra merek yang kurang baik, kualitas barang yang belum maksimal serta desain yang kurang menarik sehingga customer lebih melilih membeli produk pesaing.

Ada beberapa faktor pertimbangan konsumen dalam melaksanakan keputusan pembelian suatu produk. Diantara faktor tersebut salah satunya adalah Citra Merek. Citra Merek ialah pandangan mengenai suatu merek berdasarkan pertimbangan dan pebandingan dengan merek lainnya (Wulandari and Iskandar 2018 : 13). Selain itu Citra merek juga merupakan seperangkat kepercayaan, pikiran serta kesan yang dipunyai seseorang pada sebuah objek. Kesan yang bagus didalam pemikiran seseorang itulah yang akan merangsang konsumen untuk melaksanakan keputusan pembelian pada sebuah produk. Selain itu, perilaku serta tindakan seseorang pada sebuah objek dapat dipengaruhi oleh citra objek itu sendiri(Prasastiningtyas, 2016-2).

Faktor lain juga yang berpengaruh pada keputusan pembelian yaitu kualitas barang serta juga desain produk itu sendiri. Konsumen akan semakin jeli dalam membeli produk terkait dengan desain dan kualitas produknya. Karna itu desain produk dan kualitas produk lantas menjadi pertimbangan serius dari

manajemen produksi, karna konsumen jaman sekarang sudah mulai pintar dalam memilih barang yang berkualitas dengan desain yang menarik.

Desain produk menjadi suatu pertimbangan tersendiri untuk konsumen dalam membeli sebuah produk. Model yang unik dan bervariatif mendorong konsumen untuk melihat produk yang kita tawarkan. Seiring dengan berkembangnan jaman sekarang ini , desain produk menjadi kriteria tersendiri sebelum menentukan dalam melaksanakan pembelian produk itu. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi suatu perusahaan untuk mampu membuat desain yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen (Hidayatulloh et al.2019:27). Apalagi di jaman sekarang desain sepatu sangat beragam jenisnya dari jenis moccasin, sport, casual dan banyak lainya. Untuk itu Dr.kevin shoes selalu berinovasi untuk memproduksi model-model baru yang unik dan variatif agar dapat digandrungi oleh kalangan muda maupun tua. Dibanding dengan merek-merek sepatu yang lainnya Dr.kevin selalu menciptakan desain-desain sepatu dan sandals yang unik yang berbeda dengan merek yang lainnya.

Matahari Departemen Store Kepri Mall Batam merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail. Matahari menjual berbagai kebutuhan Fashion seperi sepatu, pakaian, kosmetik bag and assesories. Matahari Kepri Mall Batam Beralamat di Lantai 2 Keprimall Batam Jl. Jendral sudirman Simp. Kabil, Kecamatan Batam Kota.

Tabel 1.2 Top Six Brand Sepatu Konsinyasi kategori Men dan Ladies Periode November 2020

No	Brand	Pencapaian	Target	Persentase (%)
1	Fladeo Ladies&Men	Rp. 55.523.412	Rp. 50.000.000	>100%
2	Yongki Komaladi ladies&men	Rp. 36.753.450	Rp. 45.000.000	81%
3	Jackson/Jim Joker Men	Rp. 33.361.430	Rp. 30.000.000	>100%
4	Genny Ladies	Rp. 25.127.815	Rp. 15.000.000	>100%
5	Laviola Ladies	Rp. 24.952.451.	Rp. 20.000.000	>100%
6	Dr.kevin men&ladies	Rp. 22.172.025	Rp. 20.000.000	>100%

Sumber : Enter Database Prossesing

Berdasarkan tabel 1.2 Top Six Brand diatas yang menduduki posisi pertama adalah Fladeo group dengan pencapaian sebesar Rp. 55.523.412 dengan pencapaian lebih dari 100%. Selanjutnya, Yongki Komaladi dengan pencapaian sebesar Rp. 33.361.430 dengan persentase 81%. Yang ketiga, Jackson/ Jimjoker yaitu Rp. 33.361.430 dengan pencapaian lebih dari 100%. Posisi keempat, Genny dengan pendapatan sebesar Rp. 25.127.815 denan pencapaian lebih dari 100%. Pada posisi ke 5 yaitu Laviola dengan sales/ pendapatan sebesar Rp. 24.952.451 dengan pencapaian lebih dari 100%Dan pada posisi terakhir yaitu Dr.kevin dengan sales/pendapatan sebesar Rp. 22.172.025 dengan pencapaian lebih dari 100%.

Permasalahan produk Dr. Kevin yang berada di Matahari Kepri Mall Batam menurut penulis menyimpulkan bahwa citra merek produk yang kurang maksimal dikarenakan masih banyak yang belum mengetahui tentang produk

sepatu Dr.kevin khususnya di kota Batam, sehingga konsumen masih ragu untuk melakukan pembelian produk sepatu Dr.kevin. Selain itu, tidak sedikit yang beranggapan produk Dr.kevin tidak tahan lama untuk itu produk Dr.kevin harus berupaya untuk membangun citra merek secara maksimal agar produknya agar konsumen percaya bahwa produk Dr.kevin memiliki citra yang unggul. Selain citra merek, kualitas produk Dr.kevin yang ada di Matahari Kepri Mall kurang memadai terutama untuk lem yang mudah lepas dan mudah rusak. Desain produk Dr.kevin sendiri kurang menarik sehingga kurang diminati oleh pelanggan. Selain itu, desain sepatu jenis hills untuk wanita dan moccasin untuk pria Dr.kevin tidak memberikan banyak pilihan yang unik dan menarik. Sehingga ketika costomer mencari hiils wanita atau moccasin pria mereka cendrung memilih produk lain. Terbukti dengan anggapan yang diberikan oleh ibu Sasha seorang costumer yang di tawarkan produk Drkevin. Beliau beranggapan bahwa produk Dr.kevin kualitasnya kurang maksimal serta desainnya kurang menarik, sehingga beliau enggan untuk melalukan pembelian produk tersebut.

Dr.kevin merupakan produk sepatu yang memiliki banyak model untuk pria dan wanita. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melaksanakan riset tentang citra merek, kualitas produk serta desain produk yang membuat pelanggan/konsumen tertarik untuk melaksanakan keputusan pembelian Dr.kevin di Matahari Kepri mall batam. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian berjudul "**Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk**

Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang penelitian diatas, jadi identifikasi masalah penelitian ialah:

1. Citra merek yang kurang maksimal karna masih banyak konsumen terutama di batam yang belum mengetahui merek sepatu Dr.kevin.
2. Produsen Dr.kevin harus berupaya membangun citra merek agar konsumen percaya bahwa produk Dr.kevin merupakan merek yang unggul
3. Kualitas produk yang kurang baik serta tidak tahan lama seperti lem yang mudah terkelupas sehingga membuat pelanggan berfikir ulang untuk melakukan pembelian produk Dr.kevin.
4. Desain produk yang kurang menarik, seperti sandal wanita yang modelnya/desainnya terlalu jadul serta kurangnya desain sepatu jenis hills.
5. Sepatu pria yang modelnya kurang diminati serta kurangnya desain jenis moccasin

1.3. Batasan Masalah

Mengenai keterbatasan waktu dan ruang lingkup permasalahan, untuk itu penulis membatasi masalah dalam penelitian:

1. Variabel penelitian ini adalah Citra merek, Kualitas produk dan Desain produk selaku variabel X dan Keputusan pembelian selaku variabel Y
2. Data pendapatan yang diolah selama periode tahun 2020.
3. Objek penelitian adalah produk Dr.kevin di Matahari Kepri mall Batam

4. Penelitian hanya membatasi pada produk sepatu Dr.kevin di Matahari Kepri Mall Batam

1.4. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall?
3. Bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall?
4. Bagaimanakah pengaruh citra merek, kualitas produk, dan desain produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan pelaksanaan penelitian, yaitu:

1. Mengetahui bagaimanakah pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall.
2. Mengetahui bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall.
3. Mengetahui bagaimanakah pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall.
4. Mengetahui bagaimanakah pengaruh citra merek, kualitas produk, dan desain produk, secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Dr.kevin di Matahari Kepri Mall.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini ialah:

1. Untuk peneliti

   Penulis berharap riset ini bisa memperbanyak ilmu serta wawasan bagi penulis. Selain itu, riset ini diharapkan bisa dijadikan selaku bahan pertimbangan serta referensi untuk para peneliti berikutnya.

2. Untuk Institusi (Universitas Putera Batam)

   Bagi Universitas Putera Batam penelitian bertujuan untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam mengasah kemampuannya. Riset ini juga diharapkan bisa memperbanyak khasanah keilmuan serts penelitian di Universitas Putera Batam.

3. Untuk Perusahaan

   Riset ini diharapkan bisa menjadi saran untuk perusahaan dalam mengembangkan kualitas produk, serta membuat desain yang lebih menarik yang bisa meningkatkan penjualan yang berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan

4. Untuk Peneliti Lanjutan

   Penulis mengharapkan riset ini bisa membantu para peneliti dalam melakukan penelitian yang serupa dan dapat digunakan sebagai mana mestinya.