

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di dalam pasar dunia, fashion juga turut berpengaruh dalam perkembangannya, seperti produsen untuk memproduksi dan pemasar untuk menjual atau konsumen untuk membeli. Salah satu perkembangan fashion yang sangat berkembang di Indonesia sekarang ini adalah industri sepatu, sepatu kini tidak hanya menjadi alas kaki semata, namun sekarang sepatu dapat menjadi ciri kepribadian seseorang. Fashion dapat menunjukkan kelas sosial dimasyarakat, Seolah fashion telah menjadi bagian dari gaya hidup dan status sosial mereka dalam pergaulan, dalam hal ini sepatu menjadi tren fashion yang sangat diperhatikan oleh masyarakat zaman sekarang. Banyak brand terkenal yang bergerak di bidang fashion seperti Zara, Giordano, Nike, Adidas, dan Converse. Mereka pelaku bisnis terutama produsen saling bersaing dalam menciptakan inovasi dan kreasi baru untuk setiap jenis produk yang dijualnya. Dan khususnya dalam bisnis sepatu produsen-produsen tersebut banyak pula menciptakan banyak warna, model, sampai desain sepatu yang mereka tawarkan dan sekarang berada dipasaran.

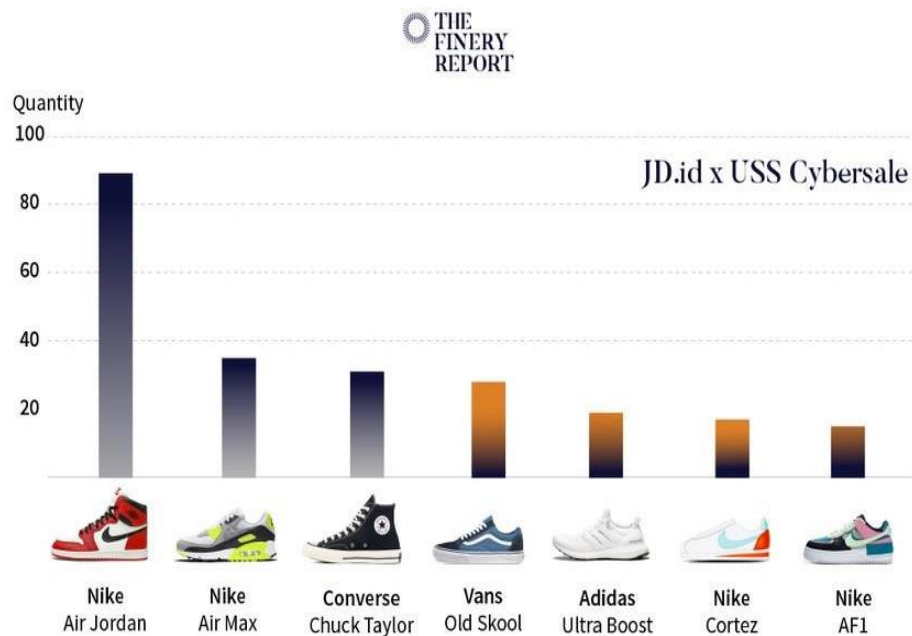
Tren fashion Indonesia saat ini hampir menyerupai fashion orang-orang barat seperti Eropa, Amerika, Italia, dan negara barat lainnya. Ketika orang barat memakai jaket tebal dan panjang dikarenakan cuaca disana memang dingin namun orang-orang di Indonesia tetap mengikuti untuk memakai jaket dengan tipe yang sama walaupun Indonesia merupakan negara yang tropis. Termasuk pada

tren fashion sepatu, sepatu menjadi salah satu ciri dari kepribadian diri seseorang yang telah berlangsung lama di Amerika, sejak munculnya sepatu bermerek Converse, Di Indonesia sendiri sepatu Converse pada umumnya digunakan oleh kalangan anak muda seperti pelajar dan mahasiswa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:154) *“In evaluation stage, the consumer forms an intention to buy the most preferred brand”*, pernyataan tersebut berarti bahwa konsumen membentuk preferensi diantara banyak merek pilihan yang mungkin akan menimbulkan minat beli terhadap merek yang paling disukai. Kotler & Keller (2012:131), bahwa minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. Sesuai dengan teori tersebut kebiasaan menggunakan sepatu Converse masih sulit dihilangkan bagi anak muda atau remaja, namun sekarang sepatu Converse tidak hanya dipakai untuk pergi ke sekolah maupun kampus saja sekarang sepatu Converse pun lebih sering dipakai untuk berjalan-jalan karena dengan model yang simple dan eye catching disukai oleh anak muda.

Converse pun merupakan salah satu brand yang menguasai pasar sepatu casual, yang selalu populer dikalangan anak muda, tidak hanya Converse tapi ada brand lain yang tidak kalah populer seperti Nike, Adidas, Vans. Karena dalam hakekatnya remaja Penampilan fisik merupakan prioritas utama yang menjadi perhatian para remaja, bahkan banyak yang hanya mau membeli produk fashion dengan merek tertentu saja yang harganya mahal, hanya untuk meningkatkan harga diri dan menambah kepercayaan dirinya, Namun seiring dengan

perkembangan dunia mode dan kemudahan akses media sosial pemakaian sepatu converse tidak sepopuler dahulu, dikarenakan konsumen menggagap model dari sepatu converse yang terlalu monoton, tidak banyak mengalami perubahan, sehinggalan menurunkan minta konsumen dalam menggunakan converse.



**Gambar 1.1**  
**Data Penjualan Sepatu Casual untuk tahun 2020**  
 Sumber : <https://www.thefineryreport.com/>

Dari gambar 1.1 terlihat bahwa converse menempati posisi ketiga dalam penjualan sepatu casual di Indonesia, dari gambar juga terlihat bahwa hanya sepatu Converse yang memiliki model yang terbilang *oldskool*, beberapa mahasiswa yang penulis wawancarai mengenai sepatu casual yang mereka gunakan sehari hari untuk berkuliah, sepatu Converse tidak lagi menjadi sepatu utama yang mereka gunakan dikarenakan berbagai macam alasan.

*“ Aku kak sebetulnya ada Converse ku, tapi jarang ku pake, dibandingkan sama sepatu NB, atau Nike, Converse ini termasuk berat, memang Kanvasnya bagus, tapi kalo dipake lari atau dipake*

*lama sakit kaki*” Wawancara dengan Tuty (Mahasiswi Semester 6 UISU)

Mahasiswa lain yang peneliti temui juga mengungkapkan hal yang serupa

*“Sepatu All Star awak udah dari zaman sekolah masih awet kak, tapi udah jarang awak pake , udah jadul kayaknya modelnya, sekarang ini sekedar punya aja kak kan merek terkenal ini”*  
Wawancara dengan Romy Mahasiswa Semester 6 UISU.

Terlihat dari wawancara dengan narasumber menunjukkan mereka mempunyai sepatu converse, tapi jarang dipakai sehari hari dengan alasan yang beragam, ada yang beralasan sepatunya berat ada yang berasal sepatunya sudah ketinggalan zaman, tapi dari wawancara dengan narasumber tersebut bisa di ambil kesimpulan bahwa mereka tetap memiliki sepatu dengan merek Converse walaupun mereka menggunakan sepatu dengan merek lain untuk kegiatan perkuliahan.



**Gambar 1.2**  
**Model Sepatu Convers 2021**  
**Sumber : <https://www.koraltay.com>**

Dari gambar 1.2 menunjukkan bahwa untuk tahun 2021 ini sepatu convers tetap mengusung sepatu kets dengan model “*High cut*” dan “*Low Cut*” , model yang terbilang cukup klasik. Jika kita melihat beberapa tahun kebelakang model *running Shoes* sedang digemari dikalangan anak muda, sehingga merek merek pesaing berlomba lomba mengeluarkan sepatu casual dengan model *running shoes*.

Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk sering kali seorang konsumen mencari informasi mengenai produk yang akan dibelinya. Pencarian tersebut dilakukan untuk mengetahui kesesuaian kegunaan akan sebuah produk sesuai dengan apa yang dibutuhkannya, akan timbul sebuah rasa ingin memilikinya, Beberapa faktor yang membentuk minat beli konsumen menurut Kotler dan Keller, (2012: 170) yaitu : Sikap orang lain, minat beli itu banyak dipengaruhi oleh teman, tetangga, atau siapa saja yang dipercayainya serta sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

Hal ini didasari bahwa penampilan fisik merupakan suatu kontributor yang sangat berpengaruh pada rasa percaya diri remaja, (Santrock dalam Wahyu Pranoto, 2010), sehingga walapun sepatu Converse memiliki mode yang monoton dan harga yang terbilang diatas rata rata kebiasaan menggunakan sepatu Converse masih sulit dihilangkan bagi anak muda atau remaja. Berdasarkan hasil latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul “***Pengaruh kualitas produk dan merk terhadap minat beli sepatu merk converse (Studi Kasus Mahasiswa Fe UISU)***”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah yang sudah penulis jabarkan diatas, adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Banyak Mahasiswa yang memiliki sepatu merek Converse tapi tidak menggunakan untuk sehari hari
2. Kualitas dari sepatu Converse dianggap bagus tapi model nya yang dirasa ketinggalan zaman, dan sepatu yang terbilang berat dibandingkan sepatu merek lain
3. Minat beli mahasiswa terhadap sepatu Converse yang terbilang rendah.

## **1.3 Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1.3.1 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini masih dalam lingkup permasalahan dan dikarenakan keterbatasan sumberdaya yang dimiliki oleh penulis, maka penulis membatasi penelitian ini hanya pada masalah kualitas produk dan merek dalam mempengaruhi minat beli sepatu Converse pada mahasiswa Fe UISU.

### **1.3.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Secara parsial apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli sepatu converse pada mahasiswa FE UISU ?
2. Secara parsial apakah ada pengaruh merek terhadap minat beli sepatu converse pada mahasiswa FE UISU
3. Secara simultan apakah ada pengaruh kualitas produk dan merek terhadap minat beli sepatu converse pada mahasiswa FE UISU ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial antara kualitas produk dengan minat beli sepatu Converse pada Mahasiswa FE UISU
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial antara merek dengan minat beli sepatu Converse pada Mahasiswa FE UISU
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan merek dengan minat beli sepatu Converse pada Mahasiswa FE UISU

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi masukan dan saran kepada produsen atau distributor sepatu Converse tentang hal apa saja yang menarik minat beli sepatu converse di kalangan mahasiswa.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan memberi bahan referensi tambahan bagi mahasiswa lain untuk penelitian selanjutnya dengan bahasan yang luas.