

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Olahraga merupakan salah satu kebutuhan yang diperlukan oleh manusia untuk menjaga Kesehatan. Perkembangan zaman yang semakin modern membuat individu harus menjaga kondisi kesehatannya secara teratur. Meningkatnya minat berolahraga pada masing-masing individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya bisnis pusat olahraga seperti gimnastik, lapangan futsal, lapangan sepakbola, lapangan badminton dan masih banyak lainnya. Salah satu olah raga yang populer di kalangan masyarakat saat ini adalah cabang olahraga futsal yang banyak digemari oleh pemuda-pemuda.

Olahraga futsal merupakan salah satu cabang olahraga permainan yang sedang diminati hampir seluruh lapisan kalangan masyarakat khususnya anak muda, baik pelajar maupun mahasiswa. Dalam melakukan olahraga futsal tentu dibutuhkan alat atau atribut sebagai penunjang supaya semakin nyaman dalam berolahraga. Salah satu aksesoris pendukung olah raga ini tentu saja sepatu futsal. Sepatu futsal berfungsi untuk menunjang pemain dalam mengolah bola. Sepatu yang cocok untuk bermain futsal adalah sepatu yang ramping, supaya lebih mudah untuk bergerak. Hal ini tentu menjadi peluang tersendiri bagi pelaku bisnis untuk menciptakan suatu produk khususnya sepatu futsal sesuai dengan ekspetasi dan kebutuhan konsumen. Teknologi yang semakin maju membuat dunia industri sepatu olahraga berkembang semakin pesat, sehingga membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Selain itu, para pelaku bisnis juga dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan selera konsumen. Hal ini dibutuhkan

perusahaan supaya dapat menentukan bagaimana strategi yang efektif supaya perusahaan mampu terus berkembang dan bertahan ditengah ketatnya persaingan dengan perusahaan-perusahaan sejenis.

Persaingan industri di bidang sepatu olahraga yang kompetitif ditunjukkan dari berbagai macam pilihan produk sepatu khususnya sepatu futsal yang ada dipasaran. Beberapa perusahaan besar juga memproduksi sepatu futsal seperti Adidas, Nike, Puma, Specs, Mizuno, dan lain sebagainya. Mills merupakan sepatu futsal yang diproduksi oleh PT. Mitra Kreasi Garmen yang didirikan tahun 2018. PT. Mitra Kreasi Garmen yang semakin giat dan selalu membuat inovasi terbaru dalam menghasilkan produk sepatu sepak bola dan futsal yang berkualitas membuat semua orang mengakui kehandalan produk mills. Mills sendiri menghadirkan beragam pilihan sepatu futsal yang bisa dipilih sesuai kenyamanan di kaki setiap pengguna, seperti Mills Pro Leon, Mills Pro Apex, Mills Helzt, Mills Pro Mephisto, Mills Mirage, Mills Libre, Mills Moxxl. Sepatu futsal buatan mills memiliki harga terjangkau yaitu berada pada kisaran Rp. 200.000,00 hingga Rp. 700.000,00.

**PRO PATRIA**

Menurut lembaga survey yang memberikan penghargaan kepada top brand, top brand award untuk kategori sepatu olahraga pada tahun 2022:

**Tabel 1 1 Produk Sepatu Unggulan di Indonesia**

No	Brand	TBI	TOP
1	Adidas	34,80%	TOP
2	Nike	21,60%	TOP
3	Ardiles	8,70%	
4	Diadora	6,80%	
5	Reebok	4,40%	

Sumber : (topbrand-award.com, 2024)

Menurut data diatas, produk asal Indonesia yaitu Mills masih belum mampu masuk jajaran 5 terbaik, sehingga diperlukan peningkatan produk dan promosi agar mampu bersaing di pasar Indonesia untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen terhadap produk Mills. Ketika konsumen memiliki sikap positif terhadap produk atau layanan merek, biasanya seseorang akan tertarik untuk membeli produk. Meskipun secara nasional sepatu futsal mills belum masuk *top brand* award, tetapi penjualan sepatu futsal mills cukup dinikmati dilingkungan club futsal khususnya club futsal Timsar FC dimana mayoritas anggotanya menggunakan sepatu futsal dengan merek mills.

Mills merupakan salah satu produk sepatu futsal yang mampu bersaing dengan produk-produk sepatu futsal lain. Tidak heran jika anak muda yang memiliki hobi bermain futsal memilih sepatu dengan merek mills sebagai pilihan utamanya. Hingga kini produk mills terus berkembang sangat populer dan diminati di kalangan pecinta futsal. Hal ini tentu tidak luput dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh Mills dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Terdapat banyak faktor yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu Kualitas produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya : kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan, diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kualitas produk yang baik akan memberikan rasa puas, sehingga pada akhirnya tingkat pembelian akan meningkat dengan sendirinya, dan perusahaan pun mampu mendapatkan profit atau keuntungan yang besar.

Selain kualitas produk, hal yang mendasari untuk melakukan keputusan pembelian bisa dipengaruhi oleh harga sebagai tolak ukur konsumen dalam menentukan keputusan mereka dalam membeli suatu

produk. . Menurut Kotler dan Amstrong (2008) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Seorang konsumen pasti tidak akan berpikir panjang saat ada barang dengan harga yang masuk akal atau terjangkau karena pembeli berpikir dengan membeli barang dengan harga yang terjangkau dapat menghemat uangnya. Dengan demikian harga membantu baik penjual maupun pembeli sehingga hal tersebut dapat menarik minat tersendiri dikalangan masyarakat. Dan seperti yang kita ketahui bahwa sepatu futsal mills memiliki harga yang terjangkau dan mampu bersaing di kalangan sepatu futsal merek lain.

Selain kualitas produk dan harga, hal yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah word of mouth. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdullah Maskur, Marsudi Lestaringingsih (2022) menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Eko & Lestariningsih :2019) *word of mouth* (WOM) adalah komunikasi pribadi tentang suatu produk antara target pembeli dengan tetangganya, temannya, anggota keluarganya, dan orang-orang yang dia kenal, komunikasi WOM biasanya terdiri dari kata-kata yang diucapkan dan dipertukarkan dengan salah seorang teman atau kerabat dalam situasi tatap muka. *Word of Mouth* itu sendiri mempunyai pengaruh yang besar terhadap pemasaran dibanding dengan aktifitas komunikasi lainnya. *Word of mouth* tidak membutuhkan biaya yang begitu besar, namun dapat memperoleh efektivitas yang baik. Selain itu, *Word of Mouth* sangat efektif untuk meningkatkan penjualan, tetapi produk tersebut harus memiliki kelebihan agar konsumen merasa puas dan membentuk suatu informasi yang positif terhadap produk lalu menginformasikannya kepada orang lain, karena dengan mendapatkan rekomendasi baik dari

orang terdekatnya terkait informasi akan suatu produk mills akan meningkatkan keputusan pembelian produk sepatu mills tersebut. Pada umumnya konsumen lebih mempercayai pendapat orang lain (keluarga atau teman) daripada komunikasi pemasaran (iklan dan lain-lain), karena sumber-sumber pribadi ini tidak memiliki alasan untuk tidak mengungkapkan pendapat dan perasaan konsumen yang sebenarnya.

Berdasarkan latar belakang dan data yang telah disajikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL MERK MILLS PADA OFFICIAL APPAREL DI SURABAYA”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Apakah word of mouth secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
4. Apakah kualitas produk, harga dan word of mouth berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis adakah pengaruh kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Menganalisis adakah pengaruh harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Menganalisis adakah pengaruh word of mouth secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Menganalisis adakah pengaruh secara simultan pada kualitas produk, harga dan word of mouth berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian yang penulis lakukan nantinya diharapkan dapat membantu dan bermanfaat bagi:

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan terhadap produk yang dihasilkan dan dapat dijadikan masukan dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, word of mouth serta keputusan pembelian.

2. Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk kalangan akademis dalam mengembangkan ilmu pemasaran pada umumnya, khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, harga, word of mouth terhadap keputusan pembelian.

3. Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti terhadap masalah mengenai pengaruh kualitas produk, harga, word of mouth serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

#### **1.5. Batasan Masalah**

Agar lebih terfokus pada hal yang akan diteliti. Peneliti menerapkan batasan-batasan masalah pada penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilaksanakan maksimal 5 bulan September 2024 – Januari 2024.

2. Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, word of mouth terhadap keputusan pembelian sepatu futsal mills studi kasus pada tim futsal club timsar fc sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir.

