

# BAB I

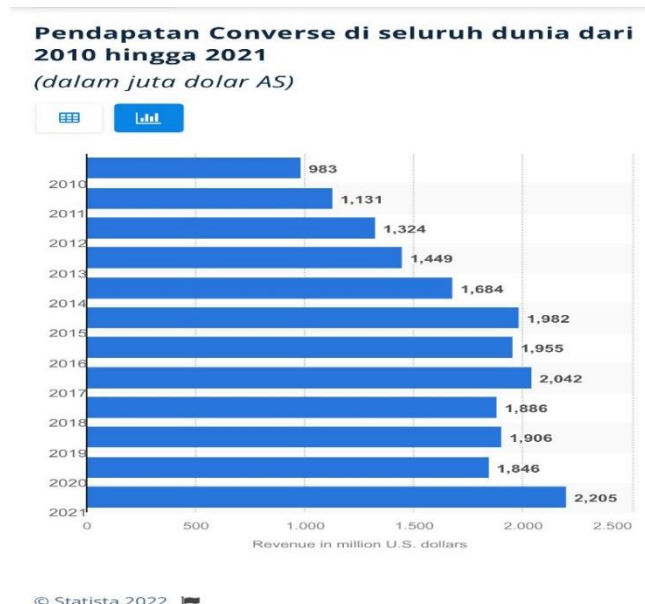
## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Tentu saja, dunia mode yang berkembang pesat harus terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam, mempertahankan dan memenangkan persaingan bisnis tentu membuat para *brand* semakin gencar untuk terus membuat inovasi yang unik dan juga trend dikalangan konsumennya. Karena sekarang ini persaingan bisnis semakin kompetitif. Menurut (Auliyani, 2013) mulanya terjadi karena globalisasi & globalisasi sehingga kemajuan teknologi dan lingkungan secara pesat. Sepatu sekarang bukan lagi berfungsi sebagai pelindung kaki saja, tetapi juga sebagai pelengkap dalam menunjang penampilan, terlebih di tahun 2021 hingga sekarang *trend fashion street wear* sangat digemari. Menurut (Abdillah et al., 2016) saat ini anak muda menyukai *fashion streetwear* dari pada brand lokal karena diusia mereka saat ini membeli barang yang dilihat adalah apa yang sedang *trend* saat ini. Anak muda sekarang menjadikan sepatu sebagai pelengkap terhadap *outfit* yang mereka kenakan untuk menunjang penampilan mereka, terlebih sekarang ini aplikasi pada socmed sangat mendukung sekali bagi mereka dalam mengabadikan moment sebagai materi *upload* ke *social media* yang mereka punya. Citra merek merupakan sebuah faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian. Berdasarkan Ritonga et al.,(2018, hlm. 82) *brand image* adalah hal paling kuat untuk membentuk kepercayaan konsumen.

Salah satu *brand* yang sekarang ini sedang naik daun dan sangat digemari remaja adalah *Converse*. *Converse* berasal dari Amerika yang berdiri pada tahun 1908, dan pada tahun 2001 sempat mengalami kebangkrutan namun *Converse* bisa dapat bertahan hingga saat ini. Tahun 2003, dibeli dan menjadi anak perusahaan dari merk *Nike* senilai \$ 305.000.000 (USD) sebagai, yang pada tahun 2021 menghasilkan pendapatan

global sekitar 44,54 miliar dolar AS. Mempunyai beberapa pilihan jenis merek dagang menjadikan seperti *Chuk Taylor All Star* yang mempunyai harga biasanya sedikit lebih mahal dan menjadi favorit penggemar merek ini. Ada juga *One Star* dan *Jack Purcell*. Design yang casual dengan warna yang colorfull membuat Converse sangat di sukai, karena masuk dengan segala outfit yang akan dipakai. Apalagi ditengah *Pandemic Covid-19* ini *Converse* tetap bisa bertahan dan terus mengeluarkan model maupun gaya baru. Mereka selalu mempunyai daya tarik karena selalu mengikuti *trend fashion*, dan selalu berkolaborasi dengan *rapper Sage Elsesser*, *skater* sekaligus atau *designer Houte Couture*.



**Gambar 1. 1 Data Pendapatan**

Sumber: Statista.co

*Converse* sendiri memiliki kurang lebih 60 store yang tersebar di wilayah DKI Jakarta, selain *Official store Converse* juga bergabung dengan PT.Mitra Adi Perkasa atau disingkat MAP, ini adalah peritel terkemuka yang mempunyai 2.000 gerai di Indonesia. Beberapa *brand* yang dinaungi adalah *ZARA*, *Adidas*, dan *Converse* sendiri. Tidak hanya bergabung di dalam MAP saja, melainkan *Converse* memiliki *Website* yang dikelola

sendiri, banyak sekali fitur yang di tawarkan. Kita bisa membeli semua produk via *Web*, juga melihat produk yang paling laris atau *limited edition* serta melihat lokasi toko dimana saja. *Website* yang dimiliki *Converse* ini sangat memanjakan mata para calon pembelinya, karena sangat kekinian dan anak muda sekali. Pada *Web* tersebut kita bisa tahu sepatu mana yang keluaran terbaru atau *limited edition*, sangat membantu sekali pastinya bagi penikmat *fashion*. Terlebih anak muda sekarang yang tidak bisa lepas dari *Sneakers* untuk menunjang penampilannya. Kalangan remaja menjadikan *Converse* sebagai salah satu pilihan untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini bisa dilihat dari produk yang dikeluarkan *Converse* bervariasi dan lebih dominan terhadap anak muda seperti sepatu casual dan sepatu olah raga. Dikutip dari <https://www.converse.id/> faktor lainnya yang membuat *Converse* disukai oleh milenial karena menjadi ikon sepatu anak muda dengan tampilan yang simple dan juga modis, oleh karena itu banyak milenial yang menjadikannya sebagai ikon sepatu anak muda. Anda dapat melihat data penghargaan merek teratas untuk mengetahui peringkat preferensi produk dan kriteria penjualan. Penghargaan merek teratas diberikan kepada merek dalam kategori tertentu yang memenuhi dua persyaratan. Artinya, merek yang mendapatkan indeks minimal 10% dan merek yang berada di posisi tiga besar dalam kategori produk, menurut data survei. Di bawah ini adalah daftar merek teratas dari semua produsen sepatu Indonesia.

**Tabel 1. 1 Top Brand Indeks 2020**

Merek	TBI	TOP
Adidas	42,3%	TOP
Nike	16,7%	TOP
Puma	15,3%	TOP
Converse	6,9%	TOP
Rebook	5,4%	TOP

Sumber : <http://topbrand-award.com//2020>

Berdasarkan data *top brand* di atas, membuat Converse semakin dipercaya karena *Converse* termasuk kedalam lima besar brand sepatu yang paling di minati oleh masyarakat. *Brand Converse* merupakan hal yang menarik untuk diteliti dikarenakan mempunyai banyak peminat *brand trust*, *brand image*, dan *viral marketing* milik *Converse* bisa dikatakan luar biasa. Tahapan *Purchase decision* merupakan tahap yang ada di proses pembeli menentukan keputusan untuk benar-benar membeli sebuah produk ( Kotler & Armstrong, 2001:226). Tetapi, bagaimana pengaruh *brand image*, *brand trust* dan *viral marketing* yang dimiliki oleh *Converse* mampu membuat konsumen dapat melakukan Keputusan Pebelian pada produk sepatu ini.

Penelitian sebelumnya oleh Safaim, Slamet (2019) tentang pengaruh variabel citra kualitas produk, merek, harga, dan kepercayaan terhadap keputusan membeli sepatu Converse. Hasil yang didapatkan penelitian tersebut yaitu: kualitas produk, harga dan citra merek tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian; dan kepercayaan mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya dari penelitian yang dilakukan oleh Adiwidjaja, A. , & Tarigan, Z. (2017), sampel sebanyak 50 responden berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Pembelian Sepatu Converse”. Dengan menggunakan metode sampling yang diinginkan, temuan menunjukkan bahwa citra merek dan kredibilitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Dari penjelasan tersebut, serta adanya analisa penelitian terdahulu (*Research Gap*) dan terdapat dua hasil yang berbeda, karenanya peneliti tertarik buat melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Remaja Milenial di Daerah Cinere**”.

## **I.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian pada sepatu *Converse*?
2. Apakah *brand trust* mempengaruhi keputusan pembelian produk *Converse*?
3. Apakah *viral marketing* mempengaruhi keputusan pembelian sepatu *Converse* ?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan seberapa besar *brand image* mempengaruhi keputusan pembelian pada sepatu *Converse*
2. Untuk menganalisis dan membuktikan seberapa besar pengaruh *brand trust* terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse*
3. Untuk menganalisis dan membuktikan seberapa besar pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian sepatu *Converse*

## **I.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih untuk pembacanya, juga memberikan wawasan mengenai *brand image, brand trust* dan *viral marketing* juga keputusan pembelian terhadap produk apapun. Diharapkan juga dapat memberika kepercayaan pada konsumen terhadap suatu produk.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis di harapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuannya serta juga dapat menyalurkan ilmu yang sudah didapat selama belajar
- 2) Bagi perusahaan di harapkan lewat penelitian ini bisa membantu untuk terus berinovasi dan membuat terobosan baru sehingga konsumen tetap percaya dan yakin untuk terus memakai brandnya. Diharapkan juga perusahaan bisa terus konsisten dalam menghadapi persaingan bisnis ini.