

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Dewasa ini olahraga mulai menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Hal ini disebabkan karena adanya tren gaya hidup sehat yang saat ini sudah mulai berkembang dalam masyarakat. Tanpa disadari, setiap orang membutuhkan olahraga sebagai kebutuhan hidup sehari-hari. Namun, bagi sebagian orang, olahraga bukan hanya sekedar kebutuhan biasa dalam hidup sehari-hari. Tidak hanya sebagai kebutuhan, namun olahraga juga sudah dianggap sebagai gaya hidup. Olahraga sebagai gaya hidup mencerminkan pribadi yang aktif, sehat, dan bugar. Tak terkecuali bagi olahraga yang satu ini, futsal.

Futsal berasal dari bahasa portugis yang berarti “sepak bola dalam ruangan”. Olahraga futsal mulai diperkenalkan di Indonesia pada awal tahun 2000-an, dan langsung dapat respon positif dari masyarakat. Cara main yang relatif unik dan lebih simple karena hanya membutuhkan sedikit pemain, membuat olahraga ini berkembang dengan cepat. Futsal banyak diminati masyarakat khususnya anak muda, baik itu pelajar maupun mahasiswa. Olahraga futsal saat ini memang identik dengan anak muda, karena tak hanya dilihat sebagai kebutuhan biasa namun menjadi gaya hidup anak muda masa kini. Maka tidak heran jika banyak anak muda yang sangat antusias dengan olahraga futsal.

Salah satu aksesoris pendukung ini tentu saja sepatu futsal. Sepatu futsal berfungsi untuk menunjang pemain dalam mengolah si kulit bundar. Namun sekarang terkadang sepatu futsal bukan hanya dipandang sebagai aksesoris pendukung saja, namun juga sebagai pendukung performa saat bermain agar dapat tampil dengan percaya diri karena menggunakan sepatu futsal dengan kualitas yang baik dan desain yang menarik.

Pada tingkat persaingan produk yang sangat kompetitif ini, konsumen akan sangat selektif pada saat pembelian terhadap suatu produk dengan melihat pada desain maupun merek dari produk itu sendiri. Perusahaan sebagai pemasar berusaha agar produk yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen, untuk itu perusahaan harus membuat desain yang menarik pada produknya dan juga harus

meningkatkan kualitas agar menciptakan citra merek yang baik agar dapat menarik minat beli konsumen pada sepatu futsal specs.

Tabel 1 Rekapitulasi Data Penjualan Berbagai Merek sepatu futsal di Kelapa Dua Depok tahun 2015-2016

Merek	Total 2015	Total 2016
Nike	5200	5252
Specs	5115	5180
Adidas	3995	3953
Joma	1155	1158
Mizuno	1015	1029
League	315	250

Sumber: Survey pada bagian penjualan 3 toko olahraga terkemuka di Kelapa Dua Depok

Berdasarkan Tabel 1 dari data yang di dapat pada tahun 2015 dari hasil survey wawancara yang menyebutkan 3 toko di Kelapa Dua Depok adalah toko olahraga *Necis Sport*, *Kandangbola Sport*, dan *Topscore Sport*, data pada tabel tersebut menunjukkan bahwa tingginya penjualan sepatu futsal specs berada pada posisi ke-2 di kota depok. Sementara itu pada tahun 2016 sepatu futsal specs tetap bertahan pada urutan kedua setelah nike dengan penjualan yang lebih tinggi dari tahun sebelumnya sehingga mengindikasikan bahwa sepatu futsal specs sepatu yang diminati banyak masyarakat di kelapa dua depok.

Salah satu perusahaan produsen sepatu terkenal asal Indonesia adalah Specs. Specs merupakan sebuah perusahaan produsen sepatu futsal asal Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994 di Jakarta. Perusahaan ini menghasilkan sepatu futsal dan berbagai macam perlengkapan olahraga lainnya. Merek specs merupakan salah satu merek andalan anak-anak muda pecinta futsal pada saat ini. Merek yang berasal dari Jakarta ini memiliki produk-produk futsal yang sangat lengkap dan memiliki desain dan model yang sangat modern. Hal ini membuat merek Specs makin digemari karena desain dan model yang sangat bagus serta modern. Nama specs tidak pernah ketinggalan dan sering menjadi sponsor pertandingan baik tingkat internasional, nasional, maupun daerah, sehingga menjadikan image perusahaan sepatu tersebut terkenal di masyarakat luas. Sebagaimana kita ketahui bahwa pertumbuhan industri sepatu futsal sangat berkembang dengan pesat, berbanding lurus dengan peminatnya. Hal ini terbukti

dengan banyak munculnya merek-merek sepatu futsal dari luar negeri maupun dalam negeri yang juga memiliki kualitas yang tak kalah dari dalam negeri. Hal ini membuat persaingan produk menjadi sangat kompetitif, dan konsumen pun memiliki banyak pilihan dalam memilih produk yang diinginkan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui bagaimana pentingnya desain suatu produk dan citra merek pada suatu produk sangatlah penting untuk mempengaruhi minat beli konsumen.

Pada penelitian yang berjudul “Analisa Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original oleh Rizky Anandya & Suryono Budi Santoso (2015) yang menyatakan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan Signifikan terhadap minat beli.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, *Desain Produk*, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli” oleh Paulus Ryan Tio & Imroatul Khasanah (2016) yang menyatakan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *minat beli*. Dengan kata lain semakin dapat disimpulkan bahwa dengan citra merek yang semakin baik, maka akan meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu, desain produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa dengan *desain produk* yang semakin baik, maka akan meningkatkan minat beli konsumen.

Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang berjudul “*The Influence of Brand image, and Service Quality Toward Consumer Purchase Intention of Blue Bird Taxi Manado*” oleh Mambu (2015) yang menyatakan bahwa *Brand image* dan *Service Quality* berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*. Secara parsial, *Brand image* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention* dan *Service Quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Purchase Intention*.

Selain itu, hasil penelitian yang berjudul “*The Country of Origin and Brand image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya - Indonesia*” oleh Tulipa & Muljani (2015) menyatakan bahwa *Country of Origin* berpengaruh

signifikan terhadap *Purchase Intention* dan *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*.

Namun pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan *Brand image* oleh Ike Sen Cee (2015) yang menyatakan bahwa *brand image* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall dan perlu mempertahankan elemen-elemen yang dinilai baik oleh konsumen serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang. Selain itu pada jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Daya Tarik *Desain Produk*, Daya Tarik Promosi, dan Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek serta dampaknya terhadap Minat Pembelian Konsumen oleh Nita Meiliani & Augusty Tae Ferdinand yang menyatakan bahwa desain produk dan citra merek tidak berpengaruh signifikan tetapi berpengaruh positif terhadap *minat beli* konsumen. Menurut penelitian yang berjudul “Peran Penting Promosi dan Desain Produk dalam membangun Minat beli konsumen oleh Indri Hastuti Listryawati (2016) desain produk memiliki peran dalam mempengaruhi niat beli konsumen.

Berdasarkan kelima penelitian terdahulu terdapat perbedaan pendapat pada variabel Citra Merek dan Desain Produk terhadap Minat Beli. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait apakah Citra Merek dan Desain Produk mempengaruhi Minat Beli Konsumen.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah penelitian sebagai berikut :

- a. Apakah citra merek mempengaruhi minat beli konsumen sepatu futsal specs.
- b. Apakah desain produk mempengaruhi minat beli konsumen sepatu futsal specs.

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk membuktikan & menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli pada sepatu futsal specs.
- b. Untuk membuktikan & menganalisis pengaruh desain produk terhadap minat beli pada sepatu futsal specs.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Dalam melakukan penelitian pasti memberikan manfaat. Adapun manfaat di dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat memperluas pengetahuan mahasiswa/mahasiswi lainnya.

- b. Bagi Praktis

Penelitian ini digunakan untuk melakukan pemikiran secara ilmiah dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh pada saat perkuliahan.



