

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan pemakaian sepatu sudah sangat pesat dan jauh lebih meningkat dibandingkan dengan 10 tahun belakangan ini akibat adanya globalisasi. Salah satunya adalah perkembangan sepatu *Sneakers* di Indonesia seperti Nike, Nike adalah perusahaan asal Amerika yang memproduksi dan mengembangkan sepatu, pakaian, aksesoris lainnya. Didirikan Pada tahun 1972 dan di Indonesia Nike memasarkan produknya pada tahun 1988 dan telah memiliki outlet lebih dari 20 yang tersebar di Indonesia, Nike dengan lambang *Swoosh* nya atau lebih dikenal dengan lambang centang nya itu sukses sudah lebih dari 30 tahun di Indonesia memasarkan produk produknya. Saat ini, Nike telah banyak mengeluarkan produk-produk andalanya termasuk yang melambungkan nama Nike yaitu *Nike Air Jordan*, *Nike Air Max*, *Nike Air Force* dan lain sebagainya. Seiring berjalanya waktu dengan adanya perkembangan zaman dan adanya globalisasi muncul lah salah satunya adalah trend *Streetwear* di kalangan millennial. *Streetwear* dahulunya berkembang pada tahun 90-an di amerika yang mengangkat budaya bermain skate dan akhirnya terbentuknya *fashion Streetwear* akibatnya bagi orang orang yang tak mampu membeli pakaian di mall dan mereka membeli barang *Streetwear*.

Menurut sumber tirto.id menuturkan di Indonesia mudah sekali mengenali Fenomena *Streetwear*. Fenomena *streetwear* bisa dijumpai ketika anda mengakses laman Instagram @pahi_id, laman tersebut isinya mencerminkan anak muda yang tenggelam dalam subkultur gaya *streetwear* di Indonesia. Baik laki-laki dan perempuan masing-masing memamerkan gayanya dalam balutan merek *Streetwear* terkenal. *OFF WHITE* untuk pakaian, termasuk brand lainnya *Anti Social Social Club* serta *BAPE* lalu ragam *sneakers* Nike Air Jordan juga *Yezzy*.

Tabel 1. sepatu *sneakers streetwear* diminati di dunia

2019	2018
Nike air max	Nike air jordan 3
Adidas original yung -1	Nike air Jordan 1
Dior B22	Nike air force 1
Asics Gel-burz 2	Common project x Bristol byw
New balance 990v4	Air Jordan x union 1
<i>Sumber: Newretro.net</i>	<i>Sumber: esquire.com</i>

Pada Tabel 1 diatas adalah data *Sneakers Streetwear* yang diminati di dunia dan Nike dalam 2 tahun terakhir menduduki peringkat 1 dalam sepatu *Sneakers Streetwear*, pada tahun 2018 Nike Air Jordan 3 adalah salah satu produk *Sneakers* Nike yang di minati di dunia dan juga pada tahun 2019 *Nike Air Max* yang menduduki peringkat 1. Terbawanya budaya *streetwear* karena adanya poros suatu globalisasi yang kian masuk di Indonesia membuat tren memakai *Senakers* pun di minati di Indonesia.

Menurut sumber cnbcindonesia.com 20 Februari 2018 Di Indonesia, pengguna *sneakers* pun semakin meningkat. “Tidak dimungkiri saat ini sedang terjadi perubahan selera dalam hal alas kaki. Beberapa diantaranya seperti meningkatnya peminat *Sneakers*,” ujar Andrey Noelfry Tarigan selaku *Event Director* BCA Jakarta Sneaker Day (JDS) 2018 dan kolektor *sneakers* kepada CNBC Indonesia di kawasan Kuningan, Jakarta Selatan. Dalam hitungan satu tahun mulai 2016 lalu terakhir 2017 meningkatnya peminat mulai dari 50% sampai 70%. Terbukti dalam target tujuh ribu pengunjung dalam JDS 2017 nyatanya pengunjung yang hadir bertambah delapan ribu dari target hingga meledak di angka 15000. Dalam fenomena di atas bisa kita lihat bahwa fenomena *streetwear* ini bisa berpengaruh terhadap gaya atau *fashion* seseorang karena kaum *millennial* berlomba-lomba untuk menampilkan *fashion* mereka tersendiri. Dan juga salah satu sepatu *sneakers* yang cocok untuk melengkapi *fashion streetwear* menurut peneliti adalah sepatu Nike karena menurut peneliti Nike adalah brand sepatu yang terkenal di Indonesia maupun di dunia, bisa kita lihat data di bawah ini adalah data sepatu *Sneakers* yang di minati di dunia.



Sumber: www.statista.com

Gambar 1. brand sepatu sneakers yang diminati di dunia

data di atas menunjukkan bahwa sepatu Nike menduduki peringkat teratas mengalahkan beberapa brand sepatu di dunia *Sneakers* seperti adidas, puma, asic dan lainnya.

Tabel 2. 3 Merek sepatu *sneakers* yang di minati di Indonesia

2017	2018	2019
Nike air Jordan	Balenciaga	Nike
Adidas Yeezy	Nike	Off-white
Adidas NMD	Golden goose	Adidas

Sumber: lifestyle.kompas.com

Sumber: merahputih.com

Sumber: cnbcindonesia.com

Pada Tabel 2. Tetapi Terlihat bahwa dalam 3 tahun terkahir sepatu *Sneakers* Nike menunjukkan posisi yang tidak cukup stabil di indoneisa karena persaingan dengan merek rival dan juga merek-merek sepatu sneakers baru yang bermunculan di indonesia.

Tak lepas dari peranan globalisasi, Pada era seperti saat ini, peranan Citra Merek, harga dan promosi di benak masyarakat khususnya masarakat Indonesia mempengaruhi Minat Beli suatu produk karena adanya Citra di benak masyrakat dan sangat erat dengan kehidupan sehari-hari. Fungsi dari Citra Merek tersebut mempengaruhi pada Minat Beli konsumen kala ini karena

Mohammad Alip Al Fayed, 2020

ANALISIS MINAT BELI SEPATU SNEAKERS NIKE

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

adanya pengakuan atau Citra yang berjalan di masyarakat dan *Nike Air Jordan* ini adalah salah satu pionir berdirinya atau terkenal nya Nike saat itu. Fungsi komunikasi yang dimiliki citra sebuah merek melalui hal-hal yang terkandung didalamnya agar diketahui oleh konsumen yang ingin memilikinya. Menurut Hermanto & Saputra (2019), yang bisa dikatakan bahwa suatu produk memiliki Citra bahwa seakan-akan apa bila kita membeli produk tersebut merasakan bahwa produk ini memiliki jati diri tersendiri bagi pemilik yang menggunakannya karena sejatinya Produk tersebut sudah menjadi bagian kebutuhan sebagian orang.

Menurut Ramadhan & Santosa (2017), realitas yang dimiliki produk dalam bentuk citra merek apabila produk *Sneakers* Nike, iklan yang dibuat atas produk tersebut harus mengandung kesesuaian di dalamnya agar pemasaran tersebut berhasil serta menjadi faktor penting untuk mengambal hati konsumen. Menurut Negara,dkk. (2018), kemudahan yang dapat dirasakan oleh pembeli ketika *brand image* yang dimiliki produk baik, sehingga keterbatasan informasi tidak menjadi alasan bagi pembeli. Tak bisa di pungkiri lagi bahwasanya sepatu nike sudah membenak di masyarakat khususnya pecinta sneakers karena nike sudah terjun lebih dari 50 tahun di dunia persepatuan di dunia. Yang menyebabkan Nike eksis sampai saat ini. Menurut Negara,dkk. (2018), kumpulan keinginan pada konsumen setelah mengetahui kualitas informasi produk untuk membeli produk. Pendorong membentuk minat, melalui proses yakin pada konsumen untuk pemilihan produk yang ingin dimiliki yang akhirnya menjadi pemuas kebutuhannya.

Tetapi didamping Citra Merek, Promosi menjadi acuan konsumen untuk menentukan Minat Beli sebab apabila kita membeli sesuatu barang kita harus tahu informasi yang ada dalam produk *brand* terlebih dahulu bahwa promosi yang di tawarkan sesuai dengan apa yang kita harapkan menurut promosi tersebut kesesuaian sasaran promosi pada tingkatan unit yang di pasarkan

sesuai prasayat yang di harapkan pada kondisi yang di promosikan. Adapun kendala pada tidak dipromosikannya produk atau tidak merasa di tipu.

Disamping Citra merek yang beredar di masyarakat, promosi juga tidak kalah penting di benak konsumen. Menurut Samuel & Setiawan (2018), Promosi bukan hanya mempengaruhi kesadaran seseorang terhadap *brand* itu saja tetapi juga terhadap Minat Beli tersebut. Karena didalam Promosi tersurat bahwa setiap *brand* yang dipromosikan akan terlihat informasi apa saja yang terkandung di dalamnya apalagi sekarang media sosial adalah media promosi yang paling mudah di akses dan di jangkau oleh kalangan millennial. Dari sisi Promosi, harga juga mempengaruhi Minat Beli seseorang karena dari Harga tercemin bahwa suatu produk tersebut layak, pantas atau pun bagus tercermin pada Harga yang di tawarkan oleh produsen.

Menurut Putra (2019), penempatan nilai pasar dikomunikasikan melalui harga oleh suatu perusahaan. Ketetapan bentuk kepuasan dalam skala besar hingga kecil yang dimiliki seseorang atas produk yang dibeli. Apabila tingginya tingkat kepuasan yang ditawarkan membuat seseorang untuk membayar dengan harga tinggi. Harga merupakan dimana seseorang berminat untuk membelinya atau tidak karena tercermin bahwa harga dapat mempengaruhi Minat Beli seseorang.

Karena pentingnya Citra Merek, promosi maupun harga terhadap Minat Beli sepatu *sneakers* nike maka peneliti melihat bahwa adanya fenomena streetwear ini menjadi fenomena menarik bagi peneliti. Dalam penelitian ini digunakan variable seperti Citra Merek, Promosi, Harga dan Minat Beli sepatu *Sneakers* Nike . karena pentingnya Citra Merek, Promosi maupun Harga terhadap Minat Beli sepatu *sneakers* Nike, maka peneliti tertarik untuk Melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Minat Beli Sepatu Sneakers Nike.”**

I.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, peneliti mencoba meneliti dengan masalah:

1. Apakah Terdapat Pengaruh Citra merek terhadap Minat Beli Sepatu *Sneakers* Nike?
2. Apakah Terdapat pengaruh promosi terhadap Minat Beli Sepatu *Sneakers* Nike?
3. Apakah Terdapat pengaruh harga terhadap Minat Beli sepatu *Sneakers* Nike?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari masalah yang dirumuskan di atas:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli sepatu *Sneakers* Nike.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Sepatu *Sneakers* Nike.
3. Untuk menganalisis dan membuktikan Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Sepatu *Sneakers* Nike.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Harapan untuk penelitian ini bermanfaat dalam:

1. Kegunaan teoritis

Memiliki kontribusi pikir melalui proses banding serta referensi yang nantinya dapat digunakan pada penelitian terkaitan, terutama mengenai analisis Citra Merek, dan kualitas produk pada Minat Beli sepatu *Sneakers* Nike, hasil dari penelitian ini Peneliti harap dapat membantu penelitian selanjutnya agar bisa mengembangkan lagi apa yang sudah diteliti ini menjadi lebih baik.

2. Kegunaan praktis

Sebagai bahan pertimbangan atau acuan bagi pelaku bisnis dan marketing perusahaan untuk menentukan strategi perusahaan industri sepatu dalam meningkatkan Minat Beli pada konsumen agar kedepanya dapat berkembang dan lebih baik untuk meningkatkan Minat Beli konsumen.