

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk dan tingkat gaya hidup masyarakat di dalam melengkapi busana atau berpakaian yang disertai dengan berbagai macam-macam sepatu yang sesuai dengan pakaiannya yang terus berkembang saat ini, secara tidak langsung akan meningkatkan pula tingkat kebutuhan di masyarakat. Fenomena ini, mendorong para pelaku bisnis yang bergerak di bidang usaha pabrik atau perusahaan sepatu yang sedemikian berkembang sesuai dengan mutu dari sepatu tersebut. Keberadaan pabrik atau perusahaan sepatu memberikan makna penting bagi masyarakat, dimana dapat memudahkan masyarakat dalam memilih corak, warna, dan ukuran terutama dalam memenuhi kebutuhan di dalam menghiasi aksesoris pakaian dari anak-anak sampai dengan dewasa, pria maupun wanita. Selain itu, berdiri perusahaan sepatu yang berskala menengah dan besar disebabkan karena adanya perubahan di dalam melengkapi aksesoris pakaian yang sesuai dengan masyarakat yang semakin selektif di dalam memilih corak, warna ukuran sepatu. Di dalam melakukan bisnis usaha sepatu yang semula dipandang sebagai pelengkap berpakaian telah berkembang menjadi model dan tempat berkreasi di dalam melakukan inovasi desain yang khusus secara terus-menerus.

Di Indonesia sendiri selain karena perubahan perilaku konsumen, ketatnya persaingan di bisnis usaha sepatu juga disebabkan oleh semakin banyaknya bisnis sepatu yang berasal dari luar negeri seperti Nike dan Adidas yang memasuki pasar domestik. Sebagai konsekuensi dari perubahan tuntutan konsumen dan masuknya bisnis usaha sepatu dari luar negeri yang pada umumnya dikelola secara profesional, mempengaruhi tingkat pendapatan usaha sepatu lokal.

Dalam menyiasati tingginya persaingan dan merebut hati konsumen salah satunya cara yang banyak dilakukan oleh pengelola atau perusahaan sepatu adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaan, terutama dalam hal memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk sepatu yang akan di jual. Sebagaimana menurut Wibowo (Usahawan No.8 2001;56) memiliki produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen menjadi harapan setiap perusahaan. Produk yang dihasilkan perusahaan baik yang bersifat tangible yaitu barang (goods) maupun Intangible yaitu jasa, haruslah mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang bersifat fungsional dan psikologis emosional dari produk tersebut. Kebutuhan yang bersifat fungsional adalah *real needs* yang muncul dari diri seseorang atas fungsi dasar dari sebuah produk. Dimana perusahaan harus mengetahui dengan jelas *basic function* dari produknya.

Berdasarkan pada pemikiran di atas, penelitian ini diberi judul :  
**Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi  
Pembelian Produk Sepatu Merk "Bata".**

## **B. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang diuraikan di atas maka dapat ditarik suatu rumusan permasalahan yaitu :

- 1) Apakah faktor-faktor produk, kelompok referensi, keluarga dan persepsi mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu merk "Bata"?
- 2) Diantara 4 (empat) faktor di atas, faktor (produk, kelompok referensi, keluarga dan persepsi) mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk sepatu merk "Bata" ?.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor-faktor produk, kelompok referensi, keluarga dan persepsi mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu merk "Bata".
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis dari faktor-faktor di atas (produk, kelompok referensi, keluarga dan persepsi), faktor mana yang berpengaruh dominan terhadap perilaku keputusan

konsumen yang mempengaruhi pembelian produk sepatu merk "Bata".

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### **1) Bagi Perusahaan**

Untuk memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya menetapkan kebijaksanaan dan keputusan yang tepat dalam pemasaran usaha sepatu "Bata" sehingga dapat membantu dalam memperbaiki kinerja perusahaan dalam upaya menarik minat konsumen di dalam melakukan pembelian.

##### **2) Bagi Penulis**

Menambah wawasan ilmu pengetahuan peneliti secara praktek tentang masalah ilmu pemasaran terutama pemasaran dalam usaha sepatu, sehingga dengan adanya pengetahuan ini dapat memberikan bekal bagi pengetahuan peneliti di masa yang akan datang.

##### **3) Bagi Perguruan Tinggi**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian selanjutnya