

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada jaman globalisasi dan perdagangan saat ini dapat dilihat dari semakin berkembangnya pasar suatu produk, maupun berupa barang dan jasa secara global. Hal ini menyebabkan persaingan semakin ketat antar perusahaan luar maupun dalam negeri. Adanya persaingan ini membuat para pengusaha atau perusahaan dituntut untuk terus berkembang dalam berkompetisi di dunia bisnis dengan teknologi yang efektif dan modern di era ini. Kemajuan teknologi dan informasi yang terus berkembang pada era ini menyebabkan semakin banyaknya persaingan antar perusahaan.

Banyak perusahaan yang akan bersaing dalam menciptakan sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan manusia yang semakin berkembang. Permintaan pasar yang sangat meningkat mengakibatkan adanya keragaman dalam permintaan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Demikian juga pada pasar peralatan olahraga di Indonesia. Perusahaan dalam bidang bisnis peralatan olahraga semakin meningkat dengan adanya berbagai merek-merek dari luar ataupun dari dalam negeri.

Di Indonesia itu sendiri terdapat banyak perusahaan peralatan olahraga dari berbagai merek seperti Nike, Adidas, Puma, Under Armor maupun Rebook adapun perusahaan-perusahaan dalam negeri yang turut bersaing di dunia bisnis ini yaitu salah satunya merek Bata yang cukup terkenal di Indonesia. Salah satu perusahaan luar negeri yang terkenal dalam menciptakan produk peralatan olahraga adalah Nike di mana perusahaan ini termasuk perusahaan peralatan olahraga terbesar di dunia. Nike didirikan oleh Bill Bowerman dan Phil Knight dan mulai beroperasi pada tahun 1964

di Oregon, Amerika Serikat. Inovasi peralatan olahraga Nike yang terus di perbaharui menjadi daya tarik utama perusahaan yang dapat menarik banyak konsumen untuk menyukai merek Nike. Nike memproduksi berbagai perlengkapan olahraga seperti baju, bola, dan salah satunya sepatu basket. Keuntungan dalam penjualan Nike ini berhasil mencapai US\$34 Miliar atau setara dengan Rp. 477 Triliun (Lifepal, 2019).

Nike memiliki cabang di berbagai negara salah satunya di Indonesia. Orang Indonesia pasti sudah tidak asing dengan merek Nike. Nike memulai bisnisnya di Indonesia pada tahun 1988 dan saat ini hampir sepertiga dari sepatu yang ada sekarang merupakan produk dari Nike. Keberadaan Nike sebagai perusahaan perlengkapan olahraga saat ini sangat berkembang dan menjual banyak produknya di pasar Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa banyaknya minat yang kuat dalam membeli kembali produk Nike. Menurut Cronin et.al (Faradisa, 2016), minat beli ulang yaitu mengacu pada perilaku pelanggan yang secara aktif menanggapi suatu produk atau pelayanan perusahaan dengan citra positif dan konsumen akan mengonsumsi kembali produk dengan merek yang sama dari perusahaan tersebut.

Sebagai perusahaan manufaktur, Nike mengutamakan keunikan dan kualitas dari setiap produk yang mereka produksi (khususnya sepatu basket). Produk-produk sepatu basket yang ditawarkan selalu memiliki design yang unik dan kualitas material yang baik, sebab itu Nike memiliki keunggulan dari para pesaing. Proses dari setiap pembuat sepatu basket Nike menggunakan bahan dan teknologi yang berkualitas tinggi untuk menghasilkan sepatu yang nyaman dan ringan. Sepatu yang ringan dapat meningkatkan performa dalam pemakaiannya. Selain itu, sepatu basket

dirancang berbeda dengan desain sepatu yang panjang dibagian pergelangan kaki. Hal ini, tentunya menghindari para pemain basket terhindar dari cedera ankle.

Nike adalah suatu perusahaan yang sangat besar di dunia, bahkan nike itu sendiri sangat terkenal dikalangan para konsumen, sehingga nike memiliki penghasilan yang cukup besar dibandingkan dengan merek lainnya. Adapun data penjualan sepatu nike ini di dukung oleh data yang diperoleh dari situs statistik yaitu Statista, Inc. pada tahun (2020) data tersebut memberikan data pendapatan penjualan alas kaki untuk tiga perusahaan, yaitu Nike, Adidas, dan Puma.

Tabel 1.1
Penjualan Pendapatan Global Sepatu Olahraga dari 3 Perusahaan

Nama Perusahaan	Pendapatan PerTahun (dalam Milion US\$)			
	2016	2017	2018	2019
Nike	19.87	21.08	22.27	24.22
Adidas	10.67	14.89	14.62	15.14
Puma	1.71	2.41	2.5	2.86

Sumber : (Statista, 2020) diakses pada 11 Oktober 2020

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat diperoleh data penjualan sepatu olahraga dari tiga perusahaan. Perusaan Nike selama empat tahun berturut-turut dari tahun 2016 sampai 2019 masih menduduki peringkat pertama, dan pada posisi dua masih ditempatkan oleh Adidas, lalu posisi ketiga oleh Puma. Hal ini menunjukkan bahwa peminat sepatu olahraga merek Nike dari tahun ke tahun terus meningkat.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan pemeliharaan, serta atribut berharga lainnya. Setiap perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka

perusahaan harus berusaha meningkatkan produk yang berkualitas tinggi, yang dapat ditampilkan dengan baik melalui fitur external (design) produk maupun melalui inti (core) produk itu sendiri. Jika suatu perusahaan memiliki kualitas produk yang sangat baik, maka setiap perusahaan tentunya akan bersaing secara harga. Adapun harga menurut Kotler dan Armstrong, (2012:345) Dalam arti sempit, harga (price) adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk memiliki atau menggunakan produk ataupun jasa.

Menurut data yang diperoleh Top Brand Index kategori sepatu olahraga Nike berada di urutan kedua setelah Adidas. Hingga akhir tahun 2020, Nike telah melenggangnya selama beberapa tahun berturut-turut. Selain itu adapun beberapa merek dibawah Nike dan Adidas yaitu, Ardiles, Rebook, Converse, Bata, Eagle, Diadora dll. Inilah hasil data yang diperoleh, seperti yang ditunjukkan di bawah ini :

Tabel 1.2
Top Brand Index (TBI) Sepatu Olahraga Tahun 2016 – 2020 Di Indonesia

No	Merek	2016 (%)	2017 (%)	2018 (%)	2019 (%)	2020 (%)
1.	Adidas	37.4	38.2	37.6	37.0	38.6
2.	Nike	29.6	32.2	25.6	21.1	18.1
3.	Rebook	3.7	3.3	6.2	5.3	6.3
4.	Ardiles	-	-	5.2	8.3	11.1
5.	Diadora	-	-	4.6	2.9	5.1
6.	Eagle	3.0	3.3	-	-	-
7.	Converse	-	3.6	-	-	-
8.	Bata	3.6	-	-	-	-

Sumber : (Top Brand Award, 2016-2020)

Ketidak berhasilan dalam menduduki *Top Brand Index* adalah harga sepatu basket Nike relatif lebih tinggi dikarenakan kualitas yang diberikan oleh Nike sendiri sangat bagus. Tidak hanya kualitas produknya saja yang bagus, tetapi sepatu Nike

memiliki desain yang sangat elegan dan terlihat mewah, hal ini bisa dikatakan bahwa Nike relatif mahal. Hal ini juga sangat mempengaruhi terhadap minat beli ulang produk sepatu basket nike. Konsumen akan berfikir ulang dalam membeli produk sepatu Nike yang relatif lebih mahal. Tentunya harga sepatu basket akan berbeda-beda sesuai dengan kualitas dan model yang diberikan oleh setiap perusahaan. Berikut daftar harga sepatu basket tahun 2020 :

Tabel 1.3
Harga Sepatu Basket 2020

Merek	Harga
Nike	Rp. 3.000.000 - 900.000
Adidas	Rp. 1.500.000 - 700.000
Rebook	Rp. 900.000 - 700.000
Under Armour	Rp. 2.500.000 - 800.000
Puma	Rp. 800.000 - 300.000

Sumber : (iPrice, 2020)

Dilihat dari data diatas, bahwa sepatu Nike relatif lebih mahal, dikarenakan Nike memiliki kualitas yang tinggi, dibandingkan dengan yang lainnya. Selain itu juga, sepatu Nike memiliki beberapa model yang menarik contohnya seperti Nike Jordan, Nike LeBron, Nike Kobe Bryant dll. Hal ini menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi perusahaan Nike untuk selalu menciptakan model - model terbaru setiap tahunnya.



Gambar 1.1 Model Sepatu Merek Nike
Sumber : Nike Indonesia (www.nike.com)

Kenapa anda memilih merek Nike dibandingkan dengan merek yang lain?	Kenapa anda memilih merek Nike dibandingkan dengan merek yang lain?
54 tanggapan	54 tanggapan
Karena lebih banyak variasinya	Karena saya hanya percaya produk Nike yg terbaik
model yang cukup oke	Kualitas dan design
nyaman dan bagus model nya	Lebih banyak model
karena desainnya bagus dan awet	Brand
Karena selera, dari mulai model, bahan dan harga yang lebih worth it dibanding pesaingnya yaitu adidas.	karna di model dan kualitas lebih nyaman nike
Karena lebih nyaman dipake	Karena nyaman digunakan, desain yg bagus dan mengikuti jejak idol
Karna produk berkualitas	Karena comfortable dipakai
Karena terkenal kualitasnya	Karena nyaman dipakai
	nyaman dan ringan dipakai

Gambar 1.2 Hasil Pra Survey
Sumber : Data Diolah Peneliti

Berdasarkan pra survey di atas yang dilaksanakan oleh peneliti terhadap 50 responden yang menggunakan produk sepatu basket Nike dengan memberikan pertanyaan terbuka terkait “Kenapa anda memilih merek Nike dibandingkan dengan merek yang lain?”. Hasil yang didapatkan dari pra survey ini bahwasannya kebanyakan responden mengatakan bahwa sepatu basket merek Nike memiliki kualitas yang bagus, memiliki kenyamanan saat digunakan dan juga memiliki kualitas yang sangat variatif. Hal ini lah yang menjadi suatu keunggulan dari produk

sepatu basket Nike itu sendiri. Maka dari itu penulis tertarik dalam melakukan penelitian dengan mengambil judul tentang “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEPATU BASKET MEREK NIKE DI KOTA BANDUNG”

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan demikian dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini :

1. Berapakah besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang sepatu basket merek Nike di Kota Bandung?
2. Berapakah besar pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk sepatu basket merek Nike di Kota Bandung?
3. Berapakah besar pengaruh kualitas dan harga terhadap minat beli ulang produk sepatu basket merek Nike di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang produk sepatu basket merek Nike di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh harga terhadap minat beli ulang produk sepatu basket merek Nike di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang produk sepatu basket merek Nike di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambahkan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang. Dan adapun hasil dari penelitian diharapkan dapat diimplementasikan terhadap pengembangan ilmu administrasi bisnis terutama dalam strategi pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil Kegunaan praktis dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas produk yang baik dan unggul dimasa yang akan datang.

2. Bagi Universitas Sangga Buana YPKP

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai acuan kepada peneliti selanjutnya terutama di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengalaman, wawasan, ilmu dalam penelitian tentang kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sub-bab ini menjelaskan tentang sistematika penulisan dalam skripsi ini, untuk penelitian dengan metode/pendekatan kuantitatif, yaitu :

- a. **BAB I PENDAHULUAN**, bab ini terdiri latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan, serta lokasi dan waktu penelitian.
- b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**, bab ini terdiri kajian teoritis, kajian ninteoritis, kajian/penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.
- c. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**, bab ini menjelaskan jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, oprasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik anlisis data, uji validasi.
- d. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**, bagian ini berisi analisis dari obyek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- e. **BAB V KESIMPULAN**, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi

Adapun tempat lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung dengan pengambilan data kepada konsumen sepatu basket merek Nike.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian yang akan direncanakan oleh peneliti berlangsung kurang lebih 6 bulan, yaitu dari bulan Oktober 2020 s.d Maret 2021, yang mencakup semua langkah-langkah penelitian mulai dari persiapan sampai pelaksanaan penelitian. Adapun jadwal kegiatan penelitian dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 1.4
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan Penelitian	Bulan/Tahun																							
		2020												2021											
		Okt				Nov				Des				Jan				Feb				Mar			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Topik																								
2.	Penyusunan Usulan Penelitian																								
3.	Seminar Usulan Penelitian																								
4.	Pengambilan Data																								
5.	Pengolahan Data dan Analisis Data																								
6.	Penyusunan Laporan Penelitian																								
7.	Sidang Skripsi																								

Keterangan : Kegiatan Penelitian