

# BAB I

## PENDAHULUAN

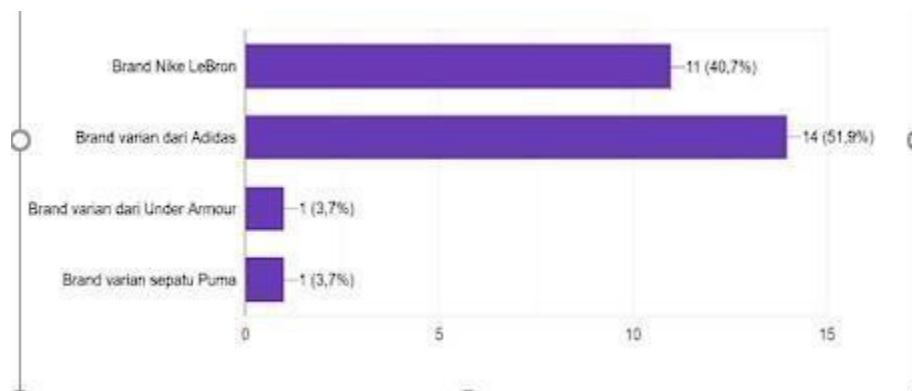
### 1.1 Latar Belakang

Basket atau bola basket adalah salah satu olahraga yang paling populer di dunia, berasal dari Amerika Serikat, olahraga ini telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa secara global, termasuk di Indonesia. Perkembangan pesat bola basket dapat diatribusikan kepada berbagai faktor seperti peranan icon olahraga dunia, proliferasi liga dan turnamen liga dan turnamen basket, serta peningkatan minat dan partisipasi dari kalangan muda.

Basket telah mencapai kepopuleran global, terutama berkat visibilitas dan peranan *NBA* (*National Basketball association*) yang menampilkan beberapa talenta terbaik dunia basket. Pemain seperti Michael Jordan, Kobe Bryant, dan LeBron James telah menjadi nama yang dikenal di seluruh dunia, menginspirasi jutaan penggemar dan calon atlet. Keterampilan mereka, sportivitas, dan karisma diluar lapangan secara signifikan berkontribusi pada daya tarik global basket.

Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, memiliki Komunitas basket yang dinamis. Berbagai club Basket, sekolah, dan organisasi Komunitas secara aktif terlibat dalam mempromosikan olahraga ini melalui sisi latihan rutin, turnamen, dan acara-acara. salah satu komunitas yang sangat aktif dan Komunitas Hobibasket Bandung adalah salah satu kelompok yang memiliki antusiasme tinggi terhadap olahraga basket dan segala atribut yang terkait, termasuk sepatu basket. Loyalitas konsumen dikomunitas ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk dan citra *Brand Ambassador*. Sepatu nike LeBron sering kali menjadi pilihan utama dikalangan anggota komunitas ini, berkat kombinasi dari peranan LeBron James dan kualitas produk yang ditawarkan.

Diera globalisasi ini, persaingan dalam perindustrian olahraga, khususnya pada segmen sepatu olahraga semakin ketat perusahaan-perusahaan besar seperti Nike, Adidas, Puma, dan Under Armour Berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran.



Gambar 1.1 Data awal Brand

Sumber : Data perbandingan brand dalam survei awal

Berdasarkan data atas menunjukan bahwa Nike LeBron memiliki potensi dapat bersaing dengan adidas akan tetapi berdasarkan grafik menunjukan bahwa nike Lebron berada dibawah *Brand* lain. Salah satu strategi yang sering digunakan adalah dengan menggandeng atlet terkenal sebagai *Brand Ambassador*. Nike, sebagai salah satu pemain utama dalam industri ini, telah banyak bekerja sama dengan atlet-atlet terkenal untuk mempromosikan produknya, salah satunya adalah LeBron James.

Berdasar Top *Brand Award* menunjukan bahwa katagori *Brand* sepatu olahraga Nike secara menyeluruh berada diangka 18,60 % dibawah Top Brand sepatu lainnya seperti adidas, diketahui bahwasanya hal tersebut dapat di karena Nike menggunakan kualitas bahan produk yang berkualitas tinggi sehingga hal tersebut mempengaruhi harga yang sedikit mahal dibandingkan produk lainnya dan Nike memiliki target pasar menengah keatas sehingga pentingnya Peranan Lebron James sebagai *Brand Ambassador* dan kualitas produk terhadap membangun Loyalitas konsumen pada produk sepatu olahraga Nike tersebut. Hal ini menunjukan bahwa adanya gap antara Peranan *Brand Ambassador*, kualitas produk, terhadap Loyalitas Konsumen untuk membeli produk sepatu Nike, Maka dari pada itu sehingga perlu dilakukan Penelitian lebih lanjut.



SEPATU OLAHRAGA		
Brand	TBI	
Adidas	35.10%	TOP
Nike	18.60%	TOP
Ardiles	9.60%	
Diadora	8.90%	
Reebok	7.60%	

Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

Gambar 1.2 Top Brand award

Sumber : Top Brand Index kategori sepatu olahraga dalam Brand Award

LeBron James seorang pemain Basket Profesional yang dikenal secara Global, telah menjadi *Brand Ambassador* nike sejak tahun 2003. Peran seorang *Brand Ambassador* tidak hanya sebatas wajah dalam iklan saja, tetapi juga sebagai simbol dari nilai-nilai dan Kualitas yang ingin ditonjolkan oleh produk tersebut. LeBron James, dengan prestasi dan popularitasnya, diharapkan mampu menarik minat konsumen di Komunitas Hobibasket Bandung dengan minat konsumen dengan meningkatkan penjualan produk sepatu Nike LeBron.

Hal ini sejalan dengan pernyataan dari penelitian terdahulu yang dilakukan [1], Perusahaan dapat memanfaatkan *Brand Ambassador* untuk menjangkau khalayak luas yang merupakan calon pelanggan dan memasarkan produk mereka secara efektif. Hal ini terutama berlaku jika duta merek tersebut adalah seorang selebriti.[2].

Selain peran Brand Ambassador, kualitas produk juga menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas konsumen. Nike dikenal dengan inovasi teknologi pada sepatu basket yang memberikan kenyamanan, dukungan, dan performa optimal. Sepatu Nike LeBron dirancang tidak hanya untuk atlet profesional, tetapi juga untuk penggemar dan pemain amatir dengan mengutamakan gaya dan kenyamanan. Penelitian terhadap kualitas produk dilakukan karena memiliki peran besar terhadap loyalitas konsumen, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 1.1 Regresi Linier Berganda

Sumber : SPSS Versi 21, 2021 [3].

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error				
(Constant)	11.635	3.037		3.831	0.000	
Kualitas Produk	0,184	0,088	0,255	2,088	0,041	Berpengaruh signifikan
<i>Brand Image</i>	0,394	0,169	0,284	2,332	0,023	Berpengaruh signifikan

Baik Kualitas Produk maupun *Brand Image* memiliki peranan yang signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Dari nilai koefisien B, *Brand Image* memiliki peranan yang lebih besar (0,394) dibandingkan dengan Kualitas Produk (0,184) [3].

Hal ini ditunjukan dengan hasil penelitian : kualitas produk, menjadi faktor penting yang berperan dalam penciptaan kepuasan pelanggan dengan Kualitas merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk [4]. maka dari pada itu kualitas produk menjadi salah satu faktor penting yang berperan dalam penciptaan kepuasan konsumen. Hal ini berhubungan dengan penilaian terhadap produk untuk memenuhi harapan dari pelanggan. Dimana kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan *durabilitas*, *reliabilitas*, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya[5].

Berdasarkan fenomena yang terjadi, *brand image* memiliki peranan yang signifikan. Data di atas menunjukkan bahwa membangun citra merek yang baik dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Salah satu strategi untuk memperkuat *brand image* adalah melalui *Brand Ambassador*. Untuk memahami strategi yang diterapkan oleh Nike, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran LeBron James sebagai *Brand Ambassador* serta kualitas produk sepatu Nike LeBron dalam berperan terhadap loyalitas konsumen pada komunitas HobiBasket Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai efektivitas *Brand Ambassador* dan peran kualitas produk dalam menumbuhkan loyalitas konsumen.

## 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah yang terjadi adalah:

1. Bagaimana peranan LeBron James sebagai *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas Konsumen pada produk sepatu Nike LeBron.
2. Bagaimana peranan kualitas produk terhadap Loyalitas konsumen dalam membeli sepatu Nike.
3. Bagaimana peranan *Brand Ambassador*, kualitas produk terhadap Loyalitas Konsumen sepatu Nike LeBron pada pengguna sepatu Nike di Komunitas Hobibasket Bandung.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang terjadi, maka tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui:

1. Bagaimana peranan Lebron James sebagai *Brand Ambassador* terhadap Loyalitas konsumen pada produk sepatu Nike Lebron.
2. Bagaimana peranan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dalam membeli sepatu Nike.
3. Bagaimana peranan *Brand Ambassador*, kualitas produk sangat penting terhadap Loyalitas konsumen sepatu Nike Lebron pada pengguna sepatu Nike dikomunitas Hobibasket Bandung.

## 1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang terjadi dan agar penelitian ini terfokus dan mencapai tujuan yang diinginkan, dari batasan masalah yang terjadi ditetapkan sebagai objek penelitian ini hanya berfokus pada konsumen sepatu Nike LeBron dikomunitas Hobibasket Bandung dan tidak membahas mengenai mengenai harga.

## 1.5 Kegunaan

### 1. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan *Brand Ambassador*.

### 2. Aspek Teoritis

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam literatur akademisi terkait loyalitas konsumen dan peran *Brand Ambassador*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Agar laporan usulan tugas akhir ini tersusun secara sistematis dengan arah yang tepat maka langkah penulisan laporan usulan tugas akhir akan mengacu pada sistematika penulisan berikut:

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, penelitian kegunaan penelitian dan sistematika penulisan usulan tugas akhir.

#### BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan mengenai landasan teori yang digunakan yaitu prilaku Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen, peran *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen dan peranan platform media sosial dalam penjualan serta harga dan kualitas produk.

#### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan lankah-lankah penelitian dari tahap awal penelitian hingga tahap akhir penelitian yang ditampilkan dalam bentuk diagram alir.

#### BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAH DATA

Bab ini berisikan mengenai proses yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data, data yang dikumpulkan yaitu data permintaan pada periode desember 2024 hingga februari 14 2025 dan data yang tidak terpenuhi, kemudian pengolahan data yang disajikan dalam bentuk tabel dan grafik.

#### BAB 5 ANALISIS

Bab ini berisikan mengenai analisis data dari hasil penyajian data yang telah dilakukan.

#### BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan simpulan hasil pengolahan dan analisis penelitian serta dilengkapi dengan saran.