

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Sebagian olahraga membutuhkan perlengkapan yang baik untuk menunjang kenyamanan kaki. Penggunaan sepatu membutuhkan ukuran yang tepat agar fungsi kaki dapat bekerja dengan baik sehingga keamanan dan kenyamanan dapat dirasakan oleh pengguna, serta menghindari dari cedera. Pada olahraga bola voli dibutuhkan sepatu yang nyaman dan ringan untuk melompat dan berlari. Kondisi kaki yang baik didukung desain sepatu yang tepat dapat mendukung penggunaannya untuk melakukan olah raga dengan maksimal (Mulyati, 2018).

Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk berolahraga menjadikan kebutuhan masyarakat akan sepatu olahraga menjadi meningkat. Dalam pemilihan sepatu olahraga, para pecinta olahraga memiliki pilihan yang sangat beragam sesuai dengan jenis olahraganya baik dari sisi desain, warna, kualitas bahan, harga dan lainnya. Beragamnya jenis sepatu olahraga di pasaran saat ini menunjukkan kondisi pangsa pasar yang baik di Indonesia (Widjanarko dalam Alaziz 2018).

Salah satu merek sepatu olah raga bola voli adalah Mizuno. Sepatu merek Mizuno sudah banyak dikenal dan diminati di kalangan pemain bola voli karena desainnya yang menarik dan kualitasnya bagus. Dari segi harga sepatu Mizuno terbilang terjangkau dan bersaing dengan merek sepatu olahraga lainnya. Hal ini

menjadikan sepatu merek Mizuno berkembang pesat di Indonesia dengan target pasar para penggemar olahraga khususnya atlet bola voli. Target pasar sepatu merek Mizuno adalah para penggemar olahraga khususnya pemain bola voli. Mizuno adalah produsen peralatan olahraga dari Osaka, Jepang. Rihachi Mizuno mendirikan Mizuno pada tahun 1906 dan mulai memproduksi peralatan olahraga berkualitas termasuk sepatu olahraga. Sepatu ini juga sudah mendukung teknologi tercanggih yang membuat anda nyaman saat berolahraga terutama lari, futsal, voli dan lainnya. Selain itu bahan yang digunakan juga sangat bagus, sehingga produk Mizuno dikenal sebagai produk yang awet dan tahan lama. Produk Mizuno juga bagus, menunjang penampilan agar terlihat prima saat berolahraga (Priyatin,2021).

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler & Keller (2018) kualitas produk adalah serangkaian fitur dan karakteristik produk atau layanan berdasarkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau terlihat. Kualitas produk yang ditawarkan akan mendukung untuk konsumen melakukan keputusan pembelian. Penelitian sebelumnya oleh Saputra (2021) dan Wullur (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian Saputri dan Utomo (2021) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga memegang peranan penting dalam menentukan keputusan pembelian. Jika

ingin berhasil memasarkan produk atau layanan, bisnis harus menentukan harga yang tepat. Jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi dibandingkan dengan keuntungan yang diterima, maka bisnis akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Kotler & Amstrong (2016) nilai dapat didefinisikan secara luas sebagai harga yang ditukar konsumen untuk manfaat dari memiliki dan menggunakan produk atau layanan yang membantu perusahaan orang untuk mendapatkan keuntungan yang wajar dengan membayar biaya pembelian. pelanggan yang mereka buat. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Saputri dan Utomo (2021) dan Saputra (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian Suwanda Sanjaya & Suparmoko (2018) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kesadaran merek atau *brand awareness*. Menurut Keller (2016), kesadaran merek adalah kemampuan individu untuk mengenali dan mengingat merek dari suatu produk tertentu, dan merupakan komponen kunci dari ekuitas merek. Ekuitas merek sangat penting bagi bisnis karena pengenalan merek dapat mempengaruhi ekuitas merek. Menurut penelitian Sanjaya (2018) dan Pratiwi (2017), kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian dari Putri dkk. (2016) menunjukkan bahwa kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas dan meningkatnya penggunaan sepatu merek Mizuno terutama pada atlet voli menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Mizuno pada Atlet Bola Voli".

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu Mizuno pada atlet bola voli?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu Mizuno pada atlet bola voli?
3. Apakah kesadaran merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu Mizuno pada atlet bola voli?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Mizuno pada atlet bola voli.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Mizuno pada atlet bola voli.

3. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sepatu Mizuno pada atlet bola voli.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat menambah pengalaman, wawasan, dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sepatu Mizuno pada atlet bola voli.

2. Bagi STIM YKPN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi khususnya pada bidang pemasaran untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan untuk penentuan program pemasaran yang tepat.