

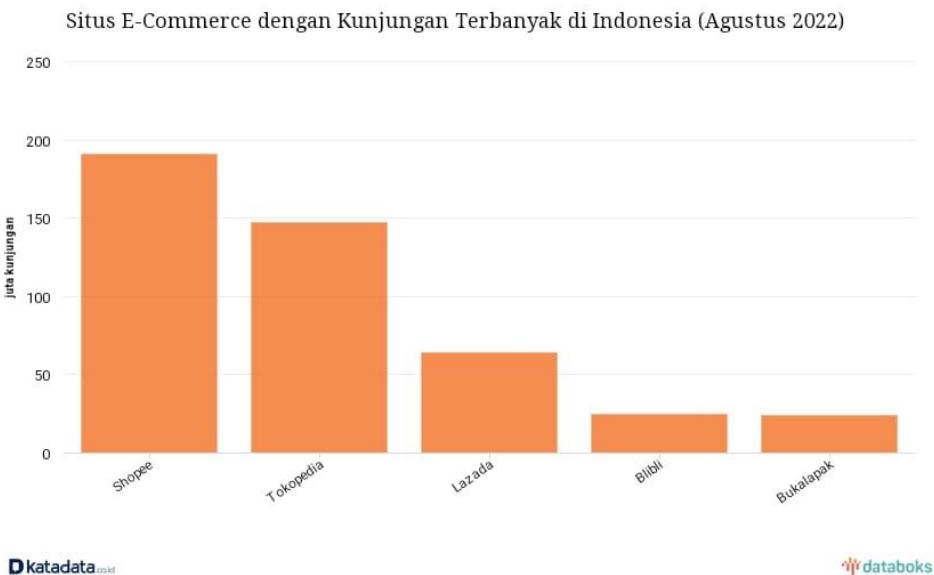
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang ini, *Brand* sepatu lokal mengalami perkembangan sangat pesat, Dari segi kualitas *Brand* sepatu lokal semakin berkembang dalam dunia bisnis dengan meningkatkan kualitas produk nya sehingga mampu bersaing dengan *Brand* sepatu luar. Fenomena yang saat ini sedang terjadi adalah banyak sekali kompetitor-kompetitor bisnis sepatu lokal yang menciptakan produk sepatu lokal dengan berbagai merek dan juga design yang *trendy*, salah satunya adalah produk sepatu PVN *Shoes* , PVN *Shoes* saat ini merupakan *Brand* sepatu lokal yang sedang populer di kalangan para remaja khususnya wanita, produk sepatu *sneakers* yang di tawarkan nyaman digunakan untuk beraktivitas sehari-hari dengan berbagai *design* yang *trendy* dan juga warna yang sangat menarik.

PVN *shoes* sendiri fokus memasarkan produk nya pada aplikasi belanja *online* seperti shopee, karena shopee merupakan salah satu aplikasi berbelanja *online* yang saat ini marak diakses sejumlah kalangan masyarakat, baik remaja maupun orang dewasa, karena shopee menyediakan berbagai fitur menarik dan juga sangat mudah di gunakan oleh para konsumen ketika ingin melaksanakan transaksi berbelanja *online*, pada aplikasi *shopee* PVN *shoes* menyediakan banyak promosi yang menarik seperti pemberian potongan harga produk maupun gratis ongkos kirim sehingga membuat produk sepatu PVN *shoes* sangat laris terjual di *shopee* dan juga membuat PVN Shoes mendapatkan predikat sebagai *Brand* sepatu lokal yang mayoritas terjual pada aplikasi *shopee*.



Gambar 1. 1 Situs E-Commerce Kunjungan Terbanyak

Sumber : Databoks.co.id

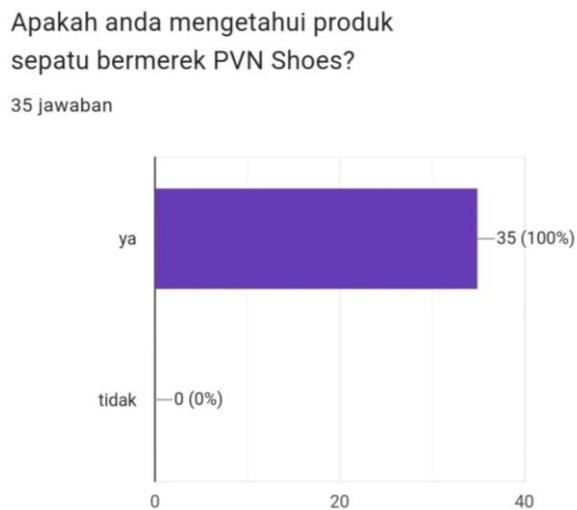


Gambar 1. 2 Brand Terlaris Awards

Sumber : Shopee.co.id

Keputusan pembelian konsumen ialah keputusan yang dengan menyertakan citra merk, kualitas produk, serta potongan harga untuk produk dari brand tersebut, dampak yang terjadi akan di atas bila produk mempunyai citra dan kualitas baik serta harga yang pastinya ekonomis (Sishillia et al., 2021).

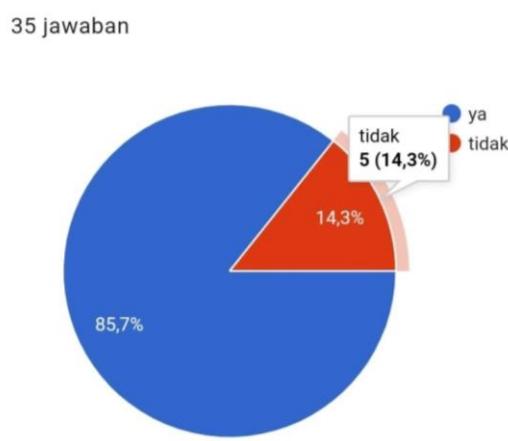
Pada era digital yang ditandai dengan keberadaan teknologi yang sudah maju dengan pesat, apalagi maraknya aplikasi *online* yang membuat pengambilan keputusan pembelian sekarang bisa melalui online. Para konsumen kini tidak lagi diharuskan datang langsung ketempat pembelian, melainkan para konsumen bisa langsung membelinya lewat *platform e-market place* yang di sediakan oleh toko tersebut, namun bila konsumen ingin memperhatikan dalam cara nyata produk yang ingin mereka beli, konsumen bisa berkunjung langsung ke toko. Selepas itu, konsumen bisa memutuskan pembelian atas produk yang ingin mereka beli, bagi seorang konsumen saat akan mengambil keputusan pembelian hal lain yang menjadi indikator dalam pengambilan keputusan adalah kualitas dari sebuah produk tersebut, produk berkualitas tinggi membuat konsumen lebih mudah memutuskan untuk membeli sebuah produk. Pernyataan ini di dukung oleh Amirullah (Anggraini et al., 2022) bahwa pada sebuah keputusan pembelian, diperhatikan mengenai cara para konsumen menimbang serta memutuskan pilihan dan dari situlah akan timbul sebuah mekanisme pengambilan keputusan pembelian atas produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan mereka masing masing.



Gambar 1. 3 Hasil Pra Survey Mahasiswa Yang Mengetahui Sepatu Bermerek PVN Shoes

Sumber : Hasil Kuisioner Pra-Survey

Gambar 1.3 memperlihatkan hasil pra-survey yang dilaksanakan kepada 35 orang mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, di mana dari data di atas bisa diamati sebanyak 35 orang mahasiswa yang dijadikan responden survey dalam studi ini mengetahui sepatu bermerek PVN Shoes.



Gambar 1. 4 Hasil Pra Survey Yang Memakai Produk PVN Shoes

Sumber : Hasil Kuisioner Pra Survey

Gambar di atas merupakan hasil pra-survey yang dilaksanakan kepada 35 orang mahasiswi dan dari hasil responden di atas menunjukan sebanyak 5 orang responden tidak menggunakan produk sepatu ber merek PVN Shoes namun mengetahui produk sepatu bermerek PVN Shoes, di mana dalam hal ini menunjukkan bahwa produk PVN Shoes cukup di kenal di kalangan remaja wanita di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Berdasarkan Fenomena dan penjelasan yang sudah dipaparkan pada bagian sebelumnya, penulis tertarik untuk melaksanakan studi atas mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan judul **“PERAN CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN SHOES (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)“**

Perbedaan studi kali ini dari studi sebelum nya adalah terletak pada variabel dan objek penelitian nya, sejumlah penelitian yang membahas peran citra merek dan kualitas produk seperti penelitian yang dilaksanakan (Anggraeni & Soliha, 2020) di mana citra merek serta kualitas produk memberi dampak positif akan keputusan pembelian sebuah produk, kemudian studi (Asvin et al., 2023) yang juga membahas PVN Shoes mengungkapkan agar PVN Shoes lebih meningkatkan kembali strategi dalam melaksanakan promosi seperti memberi potongan harga atau menyediakan promosi yang lebih menarik serta memberi peningkatan sudut pandang atas kualitas produk yang bisa memberi dampak pada keputusan pembelian sepatu PVN sehingga terjadi peningkatan jumlah pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada bagian sebelumnya, maka rumusan permasalahan yang di dapatkan untuk studi ini yaitu :

1. Apakah Peran Citra Merek memberi dampak atas keputusan pembelian produk sepatu PVN *Shoes* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
2. Apakah Peran Kualitas Produk memberi dampak atas keputusan pembelian produk sepatu PVN *Shoes* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
3. Apakah Peran Diskon memberi dampak atas keputusan pembelian produk sepatu Bata pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?
4. Apakah terdapat dampak Peran Citra Merek, Kualitas Produk dan Diskon seacara parsial mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu PVN *Shoes* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya?

1.3 Tujuan Penlitian

Sejalan dari perumusan masalah yang sudah di buat, maka di dapatkan tujuan studi sebagai berikut :

1. Untuk membuktikan apakah Peran Citra Merek memberi dampak atas keputusan pembelian produk sepatu PVN *Shoes* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Untuk membuktikan apakah Kualitas Produk memberi dampak atas keputusan pembelian produk sepatu PVN *Shoes* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

3. Untuk membuktikan apakah Diskon memberi dampak atas keputusan pembelian produk sepatu PVN *Shoes* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Untuk membuktikan apakah Peran Citra Merek, Kualitas Produk dan Potongan harga memberi dampak atas keputusan pembelian produk sepatu PVN *Shoes* pada Mahasiswa Bhayangkara Jakarta Raya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat yang diharapkan atas studi ini :

a. Bagi Peneliti

Diharapkan bisa memberi wawasan dan juga pengetahuan mengenai ilmu pemasaran yang sudah di baca oleh penulis khusus nya mengenai Citra Merek, Kualitas Produk dan Diskon.

b. Bagi Perusahaan

Hasil studi bisa berguna bagi perusahaan untuk menjadi acuan mengenai citra merek, kualitas produk dan diskon agar perusahaan dapa lebih baik lagi untuk kedepannya.

c. Bagi Masyarakat

Hasil studi ini bisa di gunakan sebagai tammaterial keterangan atas produk yang akan mereka beli, mengenai citra produk sepatu pada PVN *Shoes*.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas ditentukan sejumlah batas permasalahan yang akan dibahas untuk memastikan fokus studi, sehingga didapat kesimpulan yang tertata

pada subjek penelitian serta aspek-aspeknya, maka peneliti membuat batasan permasalahan yaitu kepada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut sistematika untuk penyusunan Tugas Akhir ini:

BAB I PENDAHULUAN

Mengandung pemaparan alasan yang mendorong penulis memilih topik studi tentang peran Citra Merek, Kualitas Produk dan Potongan harga. Serta berisi tujuan dan manfaat dari penulisan ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan teori relevan sesuai dengan topik skripsi yang di ambil oleh peneliti serta memuat studi-studi terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam penulisan Skripsi ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Mendeskripsikan dan menjelaskan variabel (definisi operasional variabel), menjelaskan jenis data beserta sumber pengumpulan data, menjelaskan metode pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan mengandung hal-hal berkenaan dengan hasil pengujian yang selanjutnya bisa diinterpretasikan menjadi sebuah kalimat perumaterial hasil.

BAB V PENUTUP

Mengandung kesimpulan atas pembahasan atau kesimpulan hasil, keterbatasan studi, serta saran atas pihak-pihak yang berhubungan dengan harapan untuk studi dimasa yang akan datang.