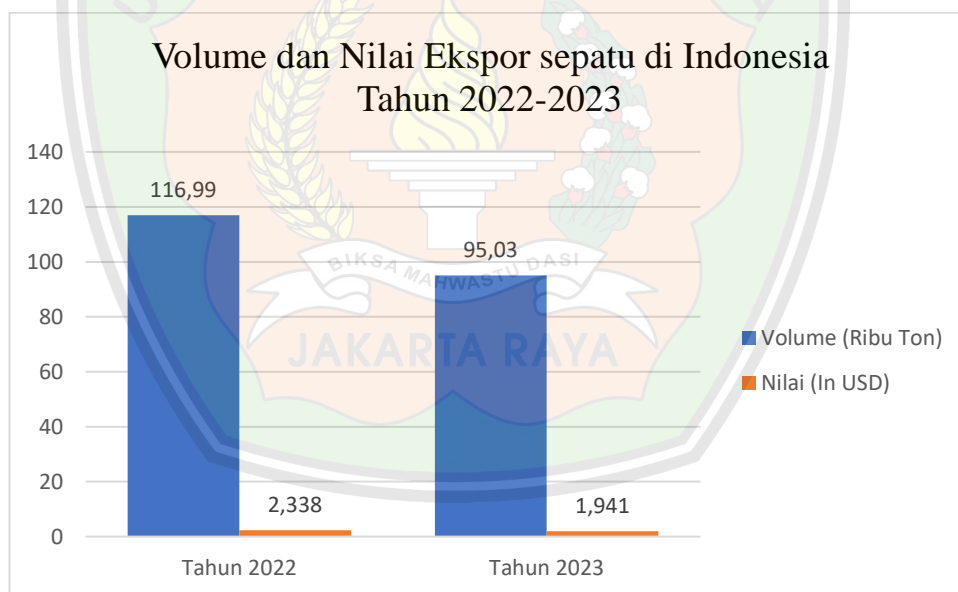


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2022-2023 industri sepatu terjadinya kelemahan kinerja ekspor sepatu yang telah memicu gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) disejumlah pabrik. Terjadinya kelemahan kinerja sepatu tahun 2022-2023 dikarenakan adanya covid-19 dan situasi rantai suplai dunia yang belum pulih, jika diperinci berdasarkan subkategori industri maka penurunan kinerja ini tidak merata (Adi Ahdiat, 2023).



**Gambar 1.1 Volume dan Nilai Ekspor Sepatu**

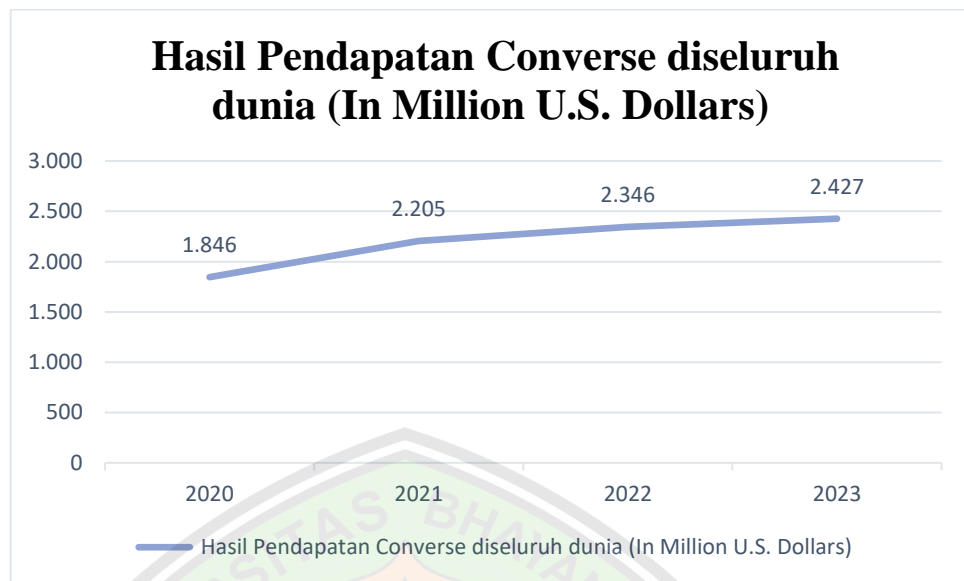
Sumber: databoks.katadata.co.id

Menurut catatan Badan Pusat Statistik (BPS), sepanjang kuartal I 2023 industri tersebut mencatatkan ekspor sekitar 95 ribu ton, turun 18,77% dibanding kuartal I 2022. Dalam periode sama, nilai ekspornya juga turun 16,97% menjadi USD 1,94 miliar, seperti terlihat pada grafik di atas.

Pada tahun 2024 bisnis sepatu berupaya tetap bertahan ditengah kinerja yang belum meningkat. Salah satu sektor usaha yang masih bertahan hingga saat ini adalah industri sepatu yang dimana Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) mencatat bahwa masih ada sektor bisnis yang masih bertahan hingga saat ini adalah industri sepatu (Noverius Laoli, 2024). Menurut Direktur Eksekutif Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo) (Firman Bakri, 2024) mengatakan bahwa kondisi industri masih sangat bervariasi tergantung pada masing-masing perusahaan, misalnya tergantung jenis produksinya.

Menurut (Firman Bakri, 2024) secara nasional, ditahun 2023 industri sepatu telah mengalami penurunan cukup dalam. Meskipun secara nilai masih lebih tinggi dari zaman sebelum pandemi covid-19. Ditahun 2024 memiliki kondisi global tidak ada perubahan yang signifikan mungkin kondisinya akan stabil. Tapi industri ini juga harus melihat pengaruh perang di palestina dan kondisi yang memanas di laut merah (Firman Bakri, 2024)

Menurut hasil pendapatan Converse diseluruh dunia dari tahun 2020 hingga 2023, Converse mengalami peningkatan pendapatan pertahun diseluruh dunia (*in million U.S. dollars*). Hal ini dapat ditabel 1.2 berikut ini :



**Gambar 1.2 Hasil Pendapatan Converse Diseluruh Dunia**  
Sumber: statista.com

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Converse mengalami peningkatan hasil pendapatan diseluruh dunia dari tahun 2020 hingga 2023. Pada tahun 2020 hasil pendapatan dengan jumlah 1.846. Di tahun berikutnya 2021 hasil pendapatan dengan jumlah 2.205. Di tahun 2022 hasil pendapatan dengan jumlah 2.346. Di tahun 2023 hasil pendapatan dengan jumlah 2.427. Jadi hasil pendapatan Converse dari tahun 2020 hingga 2023 mengalami peningkatan yang cukup tinggi.

Menurut (Sudrajat, 2019) Harga sepatu Converse bervariasi tergantung dari model dan desain warna. Harga sepatu Converse dapat dikatakan sebanding dengan *brand image* yang telah dibangun hingga saat ini. Desain sepatu yang begitu *casual* membuat sepatu Converse terlihat tetap menawan sehingga dapat dikatakan bahwa produk sepatu Converse sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen (Sudrajat, 2019). Hal ini dapat dilihat di tabel 1.3 berikut ini :

**Tabel 1.1 Daftar Harga Minimal Penjualan Sepatu Dari Berbagai Merek**

Merek Sepatu	Harga Minimal
Converse	Rp 559.000
Adidas	Rp 680.000
Nike	Rp 1.200.000
Vans	Rp 769.000

Sumber: Store Mall (2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan daftar harga minimal penjualan sepatu dari berbagai merek. Harga minimal dari merek sepatu Converse senilai Rp 559.000 merupakan harga terendah dibandingkan kompetitornya seperti Adidas, Nike, dan Vans. Maka dari itu Converse masih menjadi penggemar di kalangan para pelajar atau mahasiswa karena harganya yang relatif murah di bandingkan kompetitornya.

Pada tahun 2023 Converse meluncurkan koleksi terbaru musim panas. Koleksi tersebut perpaduan klasik dan modern yang meneguhkan Converse sebagai simbol kultural sekaligus menyambut masa depan penuh kreasi dan ekspresi diri (Ghani Nurcahyadi, 2023). Program tersebut memiliki makna “*Create now & Create next*”, program tersebut merupakan koleksi Converse untuk musim panas kali ini berfokus pada ekspresi diri dalam keseharian yang didukung dengan bahan yang memiliki sirkulasi udara, bantalan empuk, dan durabilitas demi kenyamanan costumer dalam jangka panjang (Ghani Nurcahyadi, 2023).



**Gambar 1.3 Converse Chuck Taylor All Stars Construct**

Sumber: [mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com)

Menurut musisi (Gisela Lindhorst, 2023) atau dikenal sebagai OHMYGi yang merupakan salah satu All-Stars Converse yang mengatakan keserbagunaan musik dan kemampuan beradaptasi saya dengan lingkungan telah mengajarkan saya bahwa lebih baik memiliki pola pikir terbuka yang memungkinkan saya menjadi kreatif di mana pun saya berada. saya menemukan inspirasi yang luar biasa dalam menikmati pemandangan laut yang indah, atau berada di tengah hutan yang menyatu dengan alam.

Menurut musisi *rapper* asal London (Feux, 2023) "Saya membuat musik untuk diri saya sendiri dan untuk orang-orang yang percaya pada saya dan mencintai musik saya", dikarenakan menampilkan sederetan inovasi baik di bidang teknologi maupun desain yang menysasar kepuasan dan kenyamanan ketika digunakan, koleksi Converse untuk musim panas 2023 ini adalah perpaduan sempurna antara gaya dan performa yang bertujuan membangun kepercayaan diri

dan *self-love*. Ia berhasil meraih perhatian publik dengan gaya musiknya yang unik dan senantiasa berevolusi dengan menggabungkan elemen-elemen Hip-Hop dari yang old-school sampai ke yang kontemporer (Ghani Nurcahyadi, 2023)

Converse memikirkan sesuatu pada tahun 2017 yang dimana mendukung adanya aktifitas kreatif anggotanya yang banyak berasal dari kelompok yang kurang terwakili. Converse lebih jauh mengambil peran untuk pendanaan dan pendampingan, untuk memperkuat portofolio, menghubungkan dan memajukan karir kreatif mereka. Converse juga memiliki komunitas *All Star* yang anggotanya berumur antara 18-24 tahun dan berasal dari berbagai tempat di seluruh dunia ini menjadi bagian dari jaringan global yang menghubungkan satu sama lain sekaligus *brand* Converse memiliki pengalaman aktivasi digital fisik. Dengan adanya mendanai komunitas proyek-proyek untuk komunitas dan mendukung melalui bimbingan dan pendampingan, juga berupaya memecahkan hambatan dengan menciptakan lebih banyak akses ke peluang dibidang kreatif sekaligus mempercepat dampak positif individu dari anggota komunitas *All Star* (Suryanto, 2023).





**Gambar 1.4 Komunitas Converse All Star**

Sumber: antaranews.com

Pada hari sabtu di Jakarta tahun 2023 Converse mengadakan kelas yang dimana para anggotanya adalah aktifitas yang aktif dalam skena olahraga, seni, fashion, dan budaya yang mempunyai kemampuan di bidang masing-masing. Para kaum muda ini dipilih karena di anggap dapat membentuk masa depan tampil dengan karya-karya yang mendorong tradisi sekaligus mengkreasikan ide dalam pengembangan suatu organisasi yang dapat membantu menciptakan perubahan yang positif. Converse Indonesia juga membawa *All Star* bergabung dalam sebuah perjalanan petualangan kreatif seru, keren, dan penuh inspirasi di sepanjang tahun 2023 (Suryanto, 2023)

Converse sendiri saat ini tidak hanya digunakan saat berolahraga. Akhir-akhir ini, mahasiswa dan para pelajar sekolah sudah terbiasa memakai sepatu untuk meningkatkan penampilan mereka. Model yang sederhana, pilihan variasi yang berbeda, bahan yang mudah beradaptasi, harga sebanding dengan kualitas,

dan sepatu Converse memberikan kenyamanan bagi pelanggannya saat dikenakan dan membuat pelanggan merasa bangga (Suryanto, 2023).



**Gambar 1.5 Sepatu Yang Tidak Sekadar Buat Bergaya**

Sumber: kompas.id

Sepatu sneakers semakin beragam modelnya. Tidak hanya untuk bergaya tetapi juga membuat sipemakai lebih nyaman, salah satunya sepatu Converse yang dimana model sneakers sepatu bersol karet untuk kegiatan sehari-hari semakin beragam. Tahun 2023 Converse mengeluarkan sepatu dengan sol lebih tebal dari sebelumnya. Ada juga model yang model sepatu yang ber sol rendah, tetapi memberikan kenyamanan dan kesehatan bagi pemakai sepatunya serta ramah lingkungan (Soelastri Soekirno, 2023).



Berikut ini adalah hasil beberapa pra-survey penelitian dengan berjumlah 56 responden :

**Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Sepatu Converse**

No.	Pertanyaan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
1.	Apakah sepatu Converse mempunyai ciri khas/ <i>Brand image</i> tersendiri ?	32 57,1%	23 41,1%	1 1,8%	-	-
2.	Apakah faktor harga menjadi pertimbangan utama saat membeli sepatu Converse ?	28 50%	16 28,6%	10 17,9%	1 1,8%	1 1,8%
3.	Converse all star memiliki cara untuk selalu memberikan produk yang terbaik	28 50%	22 39,3%	6 10,7%	-	-

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat hasil pra-survei diatas yang sudah disebarkan ke beberapa responden. Dapat disimpulkan bahwasanya *brand image*, harga dan keputusan pembelian mendapatkan hasil yang cukup tinggi dari segi sangat setuju.

### Research Gap

Penelitian ini sudah sebelumnya sudah banyak dilakukan, dari penelitian (Sudrajat, 2019) dapat disimpulkan bahwasannya *brand image* memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut tidak selaras dengan hasil dari penelitian (Azahari & Hakim, 2021) yang mengungkapkan bahwasannya *brand image* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian milik (Andreas. T et al., 2023) membuktikan adanya pengaruh yang signifikan oleh harga terhadap keputusan pembelian. (Yanti F, Andari Titiek, 2023) berdasarkan penelitiannya meyakini

adanya pengaruh positif oleh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian.

Menurut permasalahan tersebut karena itu dilakukan penelitian ini yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE DI KECAMATAN BEKASI UTARA”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Seberapa besar *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Kecamatan Bekasi Utara ?
2. Seberapa besar harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Kecamatan Bekasi Utara?
3. Seberapa besar *brand image* dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Kecamatan Bekasi Utara ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan analisis terkait pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Kecamatan Bekasi Utara
2. Untuk mengetahui dan analisis terkait pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Converse di Kecamatan Bekasi Utara
3. Untuk mengetahui dan analisis terkait pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu converse di Kecamatan Bekasi Utara

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademik atau ilmu pengetahuan

Memberikan gambaran terkait dengan pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Converse yang memiliki harapan melalui hasil penelitian tersebut dapat membantu menambah kekuatan kepada hasil penelitian yang terdahulu serta dapat meningkatkan literatur dan wawasan yang telah ada.

## 2. Bagi Peneliti

Menyalurkan beberapa masukan guna melakukan penelitian secara lebih dalam terkait pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu Converse agar bisa menjadi masukan yang dapat memperbaiki teori yang sudah ada dan mendapatkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan penerapan teori yang berkaitan dengan pemasaran.

### 1.5 Batasan Masalah

1. Penelitian ini dibatasi sehingga pembahasannya tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan.
2. Variabel independent di penelitian ini yaitu *brand image* dan Harga.
3. Variabel dependent di penelitian ini yaitu Keputusan pembelian.

### 1.6 Sistematik Penulisan

Agar lebih memiliki arah yang pasti dalam penulisan skripsi ini, maka akan digambarkan secara menyeluruh penyusunan penelitian ini dengan cara sistematis yang terdiri atas beberapa bab menggunakan susunan seperti berikut:

## BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian serta sistematik penulisan skripsi.

## **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab II ini menjelaskan literatur yang berisikan variabel *Brand image* ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Pada bab ini menjelaskan hipotesis dan penelitian terdahulu untuk menghubungkan secara teoritis antara variabel  $X$  atau variabel bebas yaitu *Brand image* ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap variabel  $Y$  atau variabel terikat, yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan pengukurannya, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang hasil penelitian yang berisi pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang berisi dari pembahasan bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan kontribusi pemikiran.