

BAB I

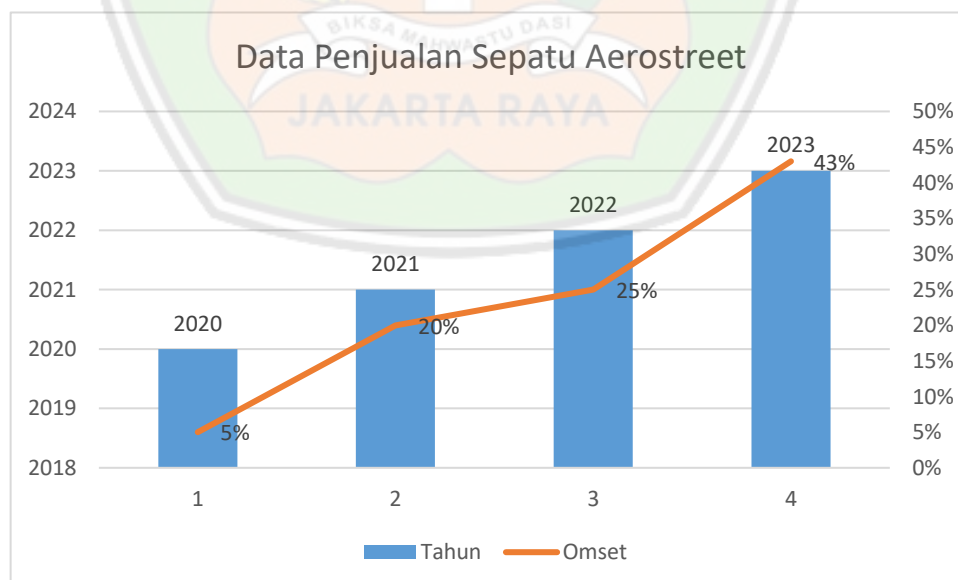
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri sepatu di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu merek sepatu lokal yang sedang populer adalah Aerostreet yang menawarkan sepatu dengan harga terjangkau dan desain yang menarik. Namun, di tengah persaingan yang ketat, Aerostreet perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat meningkatkan penjualannya.

Kemajuan teknologi telah membawa banyak perubahan dalam berbagai industri, termasuk industri fashion. Indonesia memiliki populasi terbesar keempat di dunia, dengan sekitar 270 juta jiwa. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial bagi industri sepatu. Sepatu kini menjadi pasar yang sangat menarik bagi produsen di seluruh dunia. Alasannya, fungsi sepatu telah bergeser dari sekadar pelindung kaki menjadi produk fashion, sehingga permintaannya semakin tinggi. Saat ini, pasar sepatu diramaikan dengan munculnya banyak merek baru, baik lokal maupun impor. Merek-merek ini menawarkan kualitas sepatu yang bagus dengan berbagai model dan desain yang menarik. Harganya pun cukup terjangkau, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan yang sesuai dengan selera dan budget mereka.

Fashion di era modern tidak lagi hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar. Fashion telah menjadi cara berekspresi, membangun identitas, dan mengikuti gaya hidup. Aerostreet merupakan contoh brand lokal yang sukses menembus pasar yang kompetitif dan meningkatkan permintaan akan produknya. Kualitas tinggi, desain menarik, harga terjangkau, dan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci kesuksesan Aerostreet. Aerostreet didirikan pada tahun 2015 dan awalnya hanya fokus pada Sepatu sekolah, lalu Aerostreet memperluas lini produknya seperti sepatu olahraga, kasual, dan formal. Menyadari potensi besar di era digital, Aerostreet merambah ke ranah online pada tahun 2019 seperti shopee. Aerostreet, meskipun tergolong pendatang baru, brand ini mampu bersaing dengan brand sepatu ternama yang sudah lebih dulu terkenal, seperti Nike, Converse, Vans, Brodo, dan lainnya. Berikut adalah grafik penjualan Aerostreet selama 4 tahun terakhir



Gambar 1.1 Grafik Data Penjualan Aerostreet 2020 - 2023

Sumber : Aerostreet

Berdasarkan gambar 1.1 data penjualan pada Aerostreet menunjukkan tren peningkatan omset dari tahun 2020 sampai 2023. Pendapatan terendah Aerostreet terjadi pada tahun 2020 karena saat itu seluruh dunia sedang dilanda pandemi covid-19. Pada tahun 2021 Aerostreet mengalami peningkatan pendapatan sebesar 20% naik 15% dibanding pada tahun 2020. Tahun 2023 Aerostreet terus menunjukkan peningkatan pendapatan sebesar 25% naik 5% dibanding tahun 2021. Pada tahun 2023 omset Aerostreet mencapai titik tertinggi yaitu 43%, menunjukkan kenaikan yang signifikan sebesar 18% dari tahun 2022. Untuk terus mempertahankan tren positif ini ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian beberapa diantaranya, yaitu kualitas produk dan harga. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ayu Rara Sukmawati et al., 2022) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc.

Aerostreet berkomitmen untuk memastikan kualitas produknya dalam setiap pengembangan. Aerostreet menggunakan teknologi “*Shoes Injection Mould*” untuk menyatukan sol dan bagian atas sepatu tanpa lem. Hasilnya, Sepatu lebih awet dan tahan lama. Dilema sering muncul ketika konsumen harus memilih produk murah dengan kualitas rendah atau produk mahal dengan kualitas tinggi. Beberapa konsumen lebih memilih produk dengan harga terendah, meskipun mereka menyadari bahwa kualitasnya mungkin kurang memuaskan. Di sisi lain, beberapa konsumen lebih memilih produk mahal dengan keyakinan bahwa kualitasnya lebih terjamin. Harga yang kompetitif juga menjadi salah satu focus

Aerostreet. Harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. Konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk membeli produk.

Aerostreet memegang prinsip inklusivitas dalam operasi bisnisnya, sebuah komitmen yang tercermin dalam slogan yang mereka gunakan: “ *Now Everyone Can Buy Good Shoes.*” Slogan yang kuat ini menyampaikan harapan dan inklusivitas yang besar, karena slogan ini merangkum misi perusahaan untuk membuat sepatu berkualitas yang dapat diakses oleh semua segmen masyarakat, terlepas dari latar belakang ekonomi mereka. Dengan merangkul etos inklusif ini, Aerostreet tidak hanya berusaha untuk menyediakan alas kaki berkualitas tinggi, tetapi juga memperjuangkan gagasan bahwa setiap orang, terlepas dari kemampuan finansial mereka, berhak mendapatkan akses ke sepatu yang dibuat dengan baik dan nyaman. Pendekatan ini tidak hanya selaras dengan nilai-nilai inti perusahaan, tetapi juga merupakan bukti dedikasi perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan praktik bisnis yang beretika. Komitmen Aerostreet terhadap inklusivitas lebih dari sekadar retorika dan tercermin dalam berbagai aspek operasinya. Mulai dari harga produk dan strategi distribusi hingga inisiatif pemasaran, perusahaan secara konsisten berusaha untuk memastikan bahwa penawaran mereka dapat dijangkau oleh berbagai kelompok konsumen. Selain itu, dengan merangkul inklusivitas, Aerostreet mendorong budaya kesetaraan dan aksesibilitas dalam industri alas kaki, memberikan contoh yang patut dipuji untuk ditiru oleh bisnis lain.

Kualitas menurut Rizal Mahmudi (2021) adalah tingkatan kepuasan audiens terhadap suatu produk, diukur berdasarkan seberapa baik produk tersebut

memenuhi tujuannya dan menghasilkan hasil atau kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi. Di tahun 2024, Aerostreet dinobatkan sebagai salah satu dari 10 sepatu terbaik dan berkualitas di Indonesia. Berikut adalah daftar 10 sepatu terbaik:

Tabel 1.1 Merek Sepatu Lokal Terbaik dan Berkualitas di Indonesia Tahun 2024

No	Merek
1	NAH Project
2	Saint Barkley
3	910 (Nineten)
4	Compass
5	Pijak Bumi
6	Brodo
7	Geof Maxx
8	Ventela
9	League
10	Aerostreet

Sumber: *kompas.com*

Pada tabel 1.1 menunjukan bahwa Aerostreet berada di posisi 10 pada tahun 2024, dengan segala kualitas yang dimiliki dan harga yang kompetitif Aerostreet belum bisa mengungguli kompetitornya. Namun pada tahun 2021, Aerostreet pernah mendapat penghargaan super favorit brand di E-Commerce shopee karena menawarkan produk yang berkualitas, stylish, dan harga terjangkau bagi semua kalangan.



Gambar 1.2 Aerostreet di *E-Commerce* Shopee 2021

Sumber: Shopee Indonesia

Memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Aerostreet dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan penjualan mereka. Dengan fokus pada kualitas produk, harga yang kompetitif, desain yang menarik, dan strategi promosi yang efektif, Aerostreet dapat menarik lebih banyak konsumen dan mencapai kesuksesan di pasar. Menurut (Umami, 2019:251), kualitas produk bukan hanya tentang kemampuannya untuk menjalankan fungsi. Lebih dari itu, kualitas produk mencakup berbagai aspek yang memberikan nilai dan manfaat bagi konsumen.

Selain kualitas produk faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian adalah harga. Harga memiliki peran yang penting dalam menentukan pembelian sepatu Aerostreet. Menurut Gofur (2019), harga bukan sebatas angka, melainkan sebuah nilai yang dipertukarkan dengan barang atau jasa. Nilai ini diukur dengan mata uang tertentu, mencerminkan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen.

Aerostreet memahami kebutuhan konsumen akan alas kaki berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Hal ini dibuktikan dengan harga yang ditawarkan di E-Commerce Shopee yang kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis.

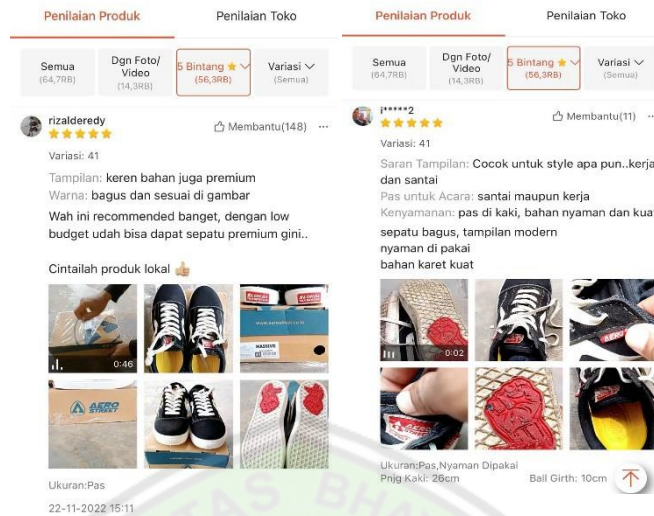
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Sepatu di *E- Commerce* Shopee 2024

Merek	Harga
Aerostreet	Rp 99.999 – 258.900
NAH Project	Rp 300.000 – 600.000
Ventela	Rp 139.999 – 372.438
Compass	Rp 398.000 – 1.588.000
Geof Max	Rp 115.000 – 650.000

Sumber: Shopee Indonesia

Berdasarkan tabel diatas, Aerostreet menghadapi persaingan yang cukup ketat di pasar sepatu lokal dengan brand-brand lainnya yang menawarkan produk sejenis. Konsumen akan membandingkan harga produk yang sama dari berbagai merek. Harga yang kompetitif membuat produk lebih menarik dibandingkan produk lain dengan harga yang lebih tinggi. Masyarakat tidak hanya melihat harga, tetapi juga nilai dan manfaat yang ditawarkan oleh produk. Aerostreet menawarkan berbagai fitur dan desain yang menarik, sehingga harga yang ditawarkan dianggap wajar. Seseorang bersedia membayar mahal untuk produk yang diyakini akan memberikan kepuasan tinggi. Di sisi lain, jika kepuasan yang diharapkan rendah, mereka tidak akan mengeluarkan banyak uang untuk produk tersebut. Oleh karena itu, Perusahaan perlu memahami apa yang diinginkan konsumen. Pemahaman ini menjadi landasan dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Produk yang dikembangkan berdasarkan keinginan konsumen lebih berpeluang diterima dan diminati pasar.

Pada dasarnya manusia memiliki cara yang serupa dalam mengambil keputusan, faktor-faktor seperti usia, pendapatan, karakter, dan gaya hidup dapat memengaruhi cara individu memproses informasi, mengevaluasi pilihan, dan membuat keputusan. Menurut Mahfudi *et al*, (2023), keputusan pembelian merupakan bagian penting dari perilaku konsumen, hal ini meliputi tindakan langsung dalam memperoleh dan menentukan produk atau jasa, serta proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Kualitas produk dan harga merupakan dua faktor utama yang saling terkait dan bersama-sama menentukan keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan memilih produk yang menawarkan nilai terbaik, yaitu kombinasi kualitas dan harga yang optimal. Secara keseluruhan, kualitas produk Aerostreet tergolong baik dan sesuai dengan harganya. Beberapa konsumen mungkin memiliki pengalaman negatif dengan produk Aerostreet, seperti sepatu yang mudah rusak atau tidak sesuai dengan ekspektasi. Berikut adalah bukti dari para customer yang sudah pernah membeli produk Aerostreet.



Gambar 1.3 Ulasan Positif Konsumen Aerostreet
Sumber: Shopee Indonesia



Gambar 1.4 Ulasan Negatif Konsumen Aerostreet
Sumber: Shopee Indonesia

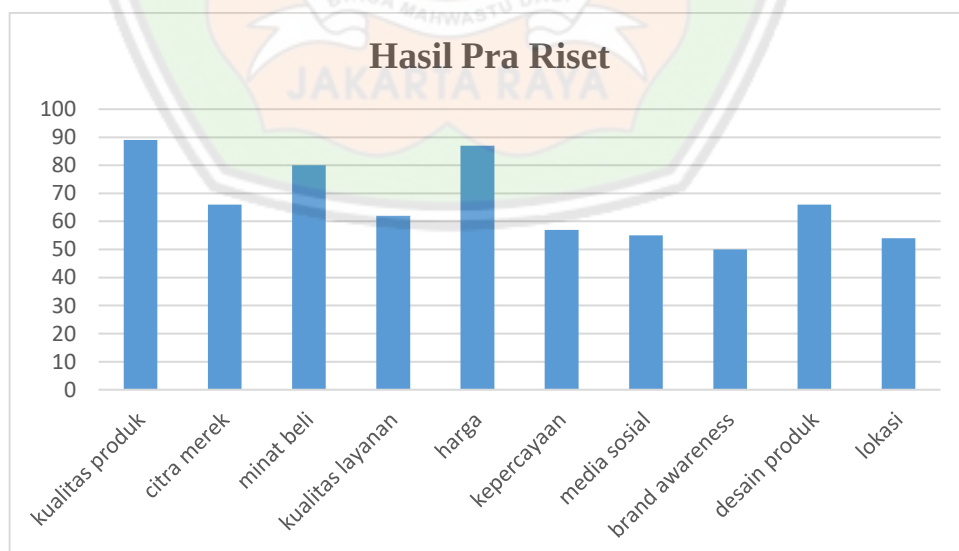
Berdasarkan gambar 1.3 konsumen yang didapatkan oleh peneliti melalui sumber Shopee Aerostreet bahwa Konsumen merasa puas dengan kualitas dan harga sepatu Aero Street. Sedangkan pada gambar 1.4 konsumen mengeluhkan kualitas yang kurang rapih pada produk sepatu Aerostreet. Berdasarkan ulasan dari

para konsumen yang sudah pernah membeli bahwa produk Aerostreet memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya terletak pada desain yang trendy, cocok untuk segala outfit, harga terjangkau, dan kenyamanan. Kekurangannya terletak pada kualitas yang perlu ditingkatkan.

Tabel 1.3 Data Hasil Pra Survey

No	Pertanyaan: Faktor-faktor yang mempengaruhi Y :	Total	Rank
1	Kualitas produk	89	1 (X)
2	Citra merek	66	4
3	Minat beli	80	3 (Y1)
4	Kualitas layanan	62	6
5	Harga	87	2 (X2)
6	Kepercayaan	57	7
7	Media sosial	55	8
8	Brand awareness	50	10
9	Desain produk	66	5
10	Lokasi	54	9

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti



Gambar 1.5 Hasil Pra Riset

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil pra riset ini menghasilkan 3 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Pada peringkat pertama yaitu kualitas produk diwakili dengan nilai 89. Dengan nilai 89 ini, menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih tertarik untuk membeli produk yang dianggap memiliki kualitas tinggi. Pada peringkat kedua terdapat harga dengan 87, ini menandakan harga memiliki peran penting dalam menentukan keputusan pembelian, namun harga yang lebih rendah tidak selalu menghasilkan minat beli yang tinggi, beberapa konsumen mungkin mengasosiasikan harga yang rendah dengan kualitas yang buruk. Terakhir minat beli dengan nilai 80 ini menandakan bahwa meskipun kualitas produk dan harga berada pada tingkat yang baik, minat beli konsumen tidak selalu mencapai level maksimum. Ada kemungkinan bahwa faktor - faktor lain seperti citra merek, desain produk, dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian

Penelitian ini penting dilakukan agar keseimbangan antara kualitas produk, harga dan keputusan pembelian dalam meningkatkan minat beli konsumen dapat terjadi. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Sepatu Aerostreet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka rumusan masalah pada penelitian sepatu Aerostreet sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
5. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan rumusan masalah maka tujuan penelitian pada sepatu Aerostreet adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli
2. Pengaruh harga terhadap minat beli
3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian
5. Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap langkah yang diambil harus memberikan manfaat positif bagi semua yang terlibat. Berikut beberapa manfaat dari pelaksanaan riset ini:

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat dari segi akademis, harapannya penelitian ini akan memberikan nilai tambah sebagai informasi tambahan dan fondasi bagi para akademisi di bidang Manajemen, terutama pemasaran. Selain itu, diharapkan bisa menjadi acuan bagi peneliti di masa depan yang ingin mengadopsi dasar dan konsep penelitian yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan bisnis terutama pengusaha Sepatu lokal dalam meningkatkan penjualan dari segi kualitas dan harga yang kompetitif

1.5 Batasan Masalah

Dalam penulisan proposal skripsi ini, peneliti memberikan batasan masalah pada bab pembahasan tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Sepatu Aerostreet”, sehingga apa yang diuraikan pada penelitian tidak akan menyimpang dari permasalahan yang diidentifikasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini dibagi menjadi beberapa bagian dan di susun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan pembahasan dan penjelasan tentang teori-teori yang terkait dengan variabel penelitian, kerangka pemikiran, serta hipotesis dari variabel yang sedang diteliti

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang aspek-aspek yang terkait dengan objek penelitian, seperti lokasi dan periode waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, populasi yang diteliti, sampel yang diambil, metode pengumpulan data, skala pengukuran, serta teknik pengelolaan data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup hasil analisis data penelitian, diskusi mengenai hasil tersebut, dan cara implementasi hasil penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang analisi yang telah dilakukan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi rangkuman dari temuan penelitian serta rekomendasi yang perlu disampaikan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian