

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini minat dan kesadaran berolahraga terus meningkat pada setiap individu. Peningkatan tersebut berkembang pesat dalam masyarakat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti lapangan futsal, lapangan sepakbola, lapangan badminton, jogging track dan masih banyak lainnya. Di Banjarmasin kini olahraga yang sangat diminati masyarakat dari berbagai kalangan yaitu futsal. Dalam melakukan kegiatan olahraga futsal dan tentunya tidak terlepas dari sepatu untuk menunjang kegiatan olahraga tersebut. Hal ini menjadi peluang bagi para produsen untuk memproduksi sepatu futsal.

Sejalan dengan perkembangan dunia usaha yang semakin pesat yang didukung dengan semakin canggihnya teknologi, maka semakin pesat pula persaingan di antara pengusaha untuk menarik konsumen dan menguasai pasar yang ada. Selanjutnya, maka produsen harus dapat menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat bervariasi dan dapat berubah-ubah karena adanya faktor-faktor yang yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku konsumen supaya kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam menetapkan atau membeli barang telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain kemudian membandingkan produk satu dengan produk lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk itu. Perilaku konsumen tersebut merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian (Igir, dkk, 2018, hlm.87)

Futsal sekarang menjadi olahraga yang populer selain sepakbola dan bulutangkis di Indonesia. Beberapa tahun belakangan olahraga futsal menjelma menjadi olahraga yang paling diminati oleh masyarakat, termasuk masyarakat di kota Banjarmasin. Hal ini mengakibatkan peningkatan permintaan akan produk sepatu futsal, dikarenakan sepatu futsal berbeda dengan sepatu olahraga pada umumnya. Sama halnya dengan sepakbola sepatu futsal memiliki spesifikasi tersendiri dimana pengguna akan lebih nyaman bermain futsal menggunakan sepatu futsal ketimbang menggunakan sepatu olahraga lainnya.

Seiring dengan perubahan gaya hidup tersebut, kini produsen sepatu futsal bersaing ketat untuk mendapatkan konsumen. Daya saing industri sepatu futsal sangat kompetitif dalam bentuk, motif, warna, dan merek. Merek-merek sepatu yang ada di Indonesia saat ini Specs,

Ortuseight, Mizuno, Adidas, dan Nike. Setiap merek pasti memiliki cara tersendiri untuk menarik konsumen supaya membeli produknya. Bisa dari bentuk, harga, kenyamanan, kecintaan, brand ambassador yang dipilih serta kualitas sepatu futsal tersebut.

Merek (brand) berfungsi mengidentifikasi barang atau jasa dari individu atau kelompok yang membedakannya dari produk sejenis lainnya. Lebih dari itu, merek adalah sesuatu yang dibentuk dalam pikiran pelanggan dan memiliki kekuatan membentuk kepercayaan pelanggan. Jika perusahaan mampu membangun merek yang kuat di pikiran pelanggan melalui strategi pemasaran yang tepat maka perusahaan akan mampu membangun mereknya menjadi kuat dan semakin kuat. (Tristiyono, dkk, 2019, hlm.1).

Menurut Mangkunegara (2002) perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan perilaku konsumen, menurut mereka perilaku konsumen merupakan kajian bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan memanfaatkan barang-barang, jasa layanan, gagasan, ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. (Jusuf, 2018, hlm.1-2)

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya. (Igir, dkk, 2018, hlm.89)

Kotler dan Keller menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah kondisi dimana seseorang konsumen melakukan pemilihan dan memutuskan pembelian sebuah produk.

Kotler dan Keller (2012, hlm. 25) Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli.

Menurut Wijaya (2011) Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Maramis, dkk, 2018, hlm.1659).

Islam adalah agama sempurna yang mengatur seluruh perilaku manusia dalam setiap kehidupannya. Perilaku konsumen merupakan suatu aktivitas manusia yang berkaitan dengan aktivitas membeli dan menggunakan produk barang dan jasa dengan memperhatikan kaidah

ajaran islam dan berguna bagi kemaslahatan umat. Dasar hukum sumber hukum konsumsi terdapat pada surah Al-A'raf/7:31 :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا
يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya : *“makanlah dan minumlah namun jangan berlebih-lebihan sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”* (Kementrian Agama RI, 2019, hlm.154).

Islam memberikan arahan dalam hal konsumsi yang tidak berlebih lebihan dan dalam islam juga mengingatkan untuk jangan terlena dalam mencari harta. Dalam pemenuhan kebutuhan seharusnya dipenuhi terlebih dahulu yang memang paling kita butuhkan dan menunda sesuatu yang tidak diperlukan, walaupun kita menginginkannya tetapi jika ini hanya memenuhi kepuasan saja dan tidak memiliki masalah maka sebaiknya di tunda terlebih dahulu.

Pada hakikatnya, seseorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk tersebut. Para pembeli membeli barang dan jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan keinginan. Dengan kata lain, seseorang membeli produk bukan karena fisik produk itu semata-mata, tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya tersebut.

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga seringkali

dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk.

Pada saat ini keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga dan kualitas produk. Faktor tersebutlah yang membuat seorang konsumen dapat mengeliminasi produk yang akan dipilihnya. (Nugroho, dkk, 2021, hlm. 2).

Ketika seseorang berbelanja, hal awal yang sering diperhatikan calon konsumen adalah harga, kemudian produk yang akan dibeli, baik tampilan maupun kualitasnya. Harga dan kualitas produk adalah hal penting bagi konsumen.

Tabel 1.1
Jenis Produk dan Harga Produk Sepatu Futsal Merek Specs
Tahun 2023

No	Jenis	Harga	Kualitas
1	Futsal Elevation zero in Mako	Rp. 351.310	salah satu kelebihananya terletak di <i>rubber</i> atau bagian bawah sepatu yang diklaim punya cengkraman tinggi
2	Accelelator Alpha Elite	Rp. 439.890	Dirancang khusus bagi pelari di dalam lapangan futsal dengan di lengkapi material yang ringan dan <i>rubber</i> berkualitas tinggi
3	Lightspeed Reborn In Ivory	Rp. 599.800	Materialnya lebih ringan dan <i>outsole</i> nya punya kualitas tinggi
4	Lightspeed 3 In Lilac Blue Green	Rp. 419.860	Punya <i>rubber</i> dengan cengkraman bagus dilapangan dan dibalut oleh material ringan
5	Metasala Sansiro	Rp. 446.310	Punya daya tahan baik dan <i>outsole</i> terbaik

Sumber : Berita.99.co, data diolah (2023)

Tabel 1.2

**Jenis Produk dan Harga Produk Sepatu Futsal Merek Ortuseight
Tahun 2023**

No	Jenis	Harga	Kualitas
1	Jogosala Revolt	Rp. 424.150	Sepatu tipe ini diklaim menggunakan teknologi canggih pada insole yang didesain mengikuti kontur telapak kaki sehingga bisa meminimalisir cedera
2	Mirage In	Rp. 270.000	Dirancang dengan material pelapis dalam upper sepatu, membuatnya bisa menyesuaikan dengan bentuk kaki
3	Zenith In	Rp. 299.000	Outsole dari sepatu dirancang dengan apik sehingga cocok dipakai dilapangan lantai karpet dan kayu
4	Jogosala Roulette	Rp. 429.000	Dirancang dengan ragam teknologi yang membuat kaki nyaman ketika menggunakannya
5	Inferon In	Rp. 349.000	Menggunakan teknologi Quick-Fit sehingga memungkinkan membantu pengguna lebih leluasa melakukan gerakan dilapangan
6	Insignia In	Rp. 299.000	Tidak mempunyai banyak fitur di banding sepatu lainnya
7	Jogosala Venom	Rp. 449.000	Dirancang dengan teknologi terbaru, salah satunya ort-curve.

Sumber : Berita.99.co, data diolah (2023)

Data pada tabel diatas di input berdasarkan produk yang paling laris di pasaran.

Sepatu futsal lokal pun terus berusaha naik agar tidak kalah eksistensinya. Ada banyak alasan kenapa harus bangga dengan produk sepatu futsal dalam negeri, salah satunya adalah karena kualitasnya, maka

dari itu telah muncul tren pada jaman sekarang dengan istilah “Lokal Pride” atau Bangga dengan produk-produk di Indonesia yakni salah satunya sepatu futsal. Pada saat ini, beberapa merek sepatu futsal lokal yang sedang berkembang sudah bisa membuat sepatu futsal yang kualitasnya sudah bisa bersaing dengan produk luar, dengan berbagai macam sepatu futsal merek luar yang menjamur di Indonesia, mulai dari yang produk original sampai produk palsu mulai berjamur dimana-mana, dari harga termurah sampai dengan harga termahal. Namun ada alternatif lain untuk mengatasinya, yaitu dengan memakai sepatu futsal lokal yang tidak kalah bagus kualitasnya dibanding produk luar negeri. Karena lebih baik memakai produk lokal yang asli daripada memakai produk luar tetapi palsu.

Berdasarkan pengamatan sementara di lapangan, peneliti melihat banyak pemain futsal di Kota Banjarmasin menggunakan sepatu futsal merek Specs dan Ortuseight dibanding merek lainnya. Beberapa waktu lalu peneliti sempat mewawancarai 2 orang pemain futsal yang ada di Banjarmasin, yang berpendapat bahwa barang bermerek dikalangan pemain futsal di Banjarmasin bukanlah kebutuhan tetapi keinginan, hal itu terlihat dengan semakin banyak masyarakat di Banjarmasin menggunakan barang bermerek. Penggunaan barang bermerek di Banjarmasin, secara tidak langsung juga mempengaruhi pemain futsal Di Kota Banjarmasin dalam melakukan keputusan pembelian, terutama pada sepatu futsal.

Agar dapat memperoleh informasi yang lebih jelas serta disertai bukti ilmiah mengenai bagaimana perilaku konsumen dalam keputusan memilih sepatu futsal perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah. Untuk itu peneliti akan melakukan penelitian dengan menjadikan pemain futsal di Kota Banjarmasin sebagai objek populasi.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan teori yang terkait, maka peneliti tertarik meneliti dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemain Futsal di Kota Banjarmasin Dalam Memilih Sepatu Futsal”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pemain futsal di Kota Banjarmasin dalam memilih sepatu futsal ?
2. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pemain futsal di Kota Banjarmasin dalam memilih sepatu futsal ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji hipotesis dan menganalisis pengaruh secara simultan Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pemain futsal di Kota Banjarmasin dalam memilih sepatu futsal
2. Untuk menguji hipotesis dan menganalisis pengaruh secara parsial Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pemain futsal di Kota Banjarmasin dalam memilih sepatu futsal

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, antara lain :

1. Secara teoritis, sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh dari bangku kuliah, serta memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti.
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini mampu berguna bagi akademisi Ekonomi dan peneliti selanjutnya secara umum guna memahami permasalahan dan memberikat kontribusi kepada peneliti selanjutnya tentang perilaku konsumen.

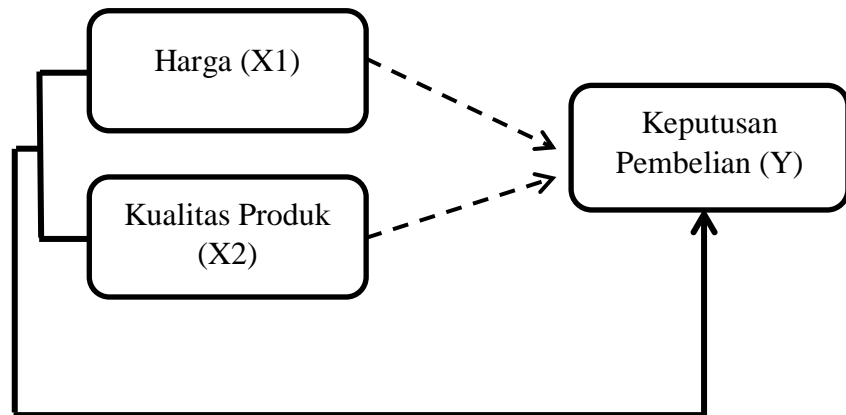
E. Definisi Operasional

1. Menurut Setyo (2017, hlm. 758) Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan sebuah produk atau jasa yang memiliki manfaat saat konsumen memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Ariella, 2018, hlm.216). Harga yang dimaksud peneliti adalah salah satu faktor yang berpengaruh atau tidak terhadap keputusan konsumen dalam memilih sepatu futsal.

2. Menurut (Fandi Tjiptono, 2016, hlm. 134), kualitas produk adalah ciri khas suatu produk yang terdiri dari kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan dan tentunya mengandung ciri-ciri laten.(Okhtavia dan Setiawan, 2022, hlm. 359). Kualitas Produk yang dimaksud peneliti adalah salah satu faktor selain harga yang berpengaruh atau tidak terhadap keputusan konsumen. Sepatu futsal yang dipilih oleh Pemain futsal di Kota Banjarmasin adalah sepatu merek specs dan ortuseight. Specs merupakan brand peralatan olahraga asli Indonesia yang sudah berkembang sejak tahun 1980. Pada tahun 1997 diposisikan sebagai perusahaan yang memproduksi sepatu olahraga dengan kualitas yang tinggi (Aditya dan Jatra, 2019, hlm. 2530). Ortuseight merupakan produk lokal buatan Indonesia yang sudah mulai dikenal dan dipercaya sebagai sepatu olahraga yang berkualitas. Ortuseight lahir dibawah PT. Vita Nova Atletik yaitu perusahaan yang bergerak dibidang olahraga, didirikan pada Februari 2018 (Lukito dan Fahmi, 2020, hlm. 91).
3. Menurut Tjiptono dalam Hidayati (2018) keputusan pembelian merupakan tahapan dimana pembeli memahami suatu masalah, menggali petunjuk akan merek atau produk kemudian mempertimbangkan beberapa alternatif untuk pemecahan masalah kemudian melakukan keputusan pembelian. (Ilmiyah dan Krishermawan, 2020, hlm. 33). Keputusan pembelian yang di maksud peneliti adalah keputusan konsumen dalam memilih sepatu futsal.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1



Keterangan :

1. - - -> : Menunjukkan pengaruh secara parsial
Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemain Futsal Di Kota Banjarmasin Dalam Memilih Sepatu Futsal
2. ———> : Menunjukkan pengaruh secara simultan
Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemain Futsal Di Kota Banjarmasin Dalam Memilih Sepatu Futsal

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan tentative yang digunakan untuk mengemukakan dugaan atau tebakan tentang fenomena yang diamati dengan tujuan memahaminya.

Dalam konteks penelitian ini, berikut adalah hipotesis yang di gunakan :

X1 : Harga

X2 : Kualitas Produk

Y : Keputusan Pembelian

1. Secara Simultan

H_0 : Harga dan Kualitas Produk tidak terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen dalam memilih sepatu futsal

H_a : Harga dan Kualitas Produk terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen dalam memilih sepatu futsal

2. Secara Parsial

H_0 : Harga dan Kualitas Produk tidak terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen dalam memilih sepatu futsal

H_a : Harga dan Kualitas Produk terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan konsumen dalam memilih sepatu futsal

H. Penelitian Terdahulu

Terdapat pula penelitian pada tahun-tahun sebelumnya yang peneliti nilai amat sesuai dengan penelitian ini yaitu antaran lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Riau Rahmat Hidayat (2018) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)”. Pertama, Hasil penelitian ini yaitu Variabel Harga dan

Varibel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembeli gula aren sawit di Desa Simpang Empat. Hal itu dapat dibuktikan dari angka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,127 > 3,30$) dan nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Kedua, variabel kualitas produk merupakan variabel paling dominan dalam penelitian ini. Hal itu dibuktikan dari angka t_{hitung} sebesar 4,037 merupakan angka terbesar di bandingkan variabel Harga. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitiannya dan persamaannya, sama-sama meneliti keputusan konsumen serta variabel yang paling dominan, yaitu variabel kualitas produk yang di buktikan dari angka t_{hitung} sebesar 4,496 merupakan angka terbesar dibanding variabel harga yaitu 2,235.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Febby Elza (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Toko Friendly Sport Pekanbaru”. Pertama, Hasil penelitian variabel Kualitas Produk dan Desain Produk bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di toko friendly sport pekanbaru. . Hal itu dapat dibuktikan dari angka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,380 > 3,92$) dan nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Kedua, variabel Kualitas Produk merupakan variabel paling dominan. Hal itu dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 3,559 merupakan angka terbesar dibandingkan variabel Desain Produk. Perbedaan pada penelitian ini

terletak pada variabelnya dan lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti keputusan konsumen serta variabel yang paling dominan, yaitu Kualitas Produk yang dibuktikan dari angka t_{hitung} sebesar 4,496 merupakan angka terbesar dibanding variabel Harga yaitu 2,235.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Intan Suti (2010) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Esia (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)". Pertama, Hasil penelitian variabel Kualitas Produk, Harga, dan Promosi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. . Hal itu dapat dibuktikan dari angka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53,161 > 2,74$) dan nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Kedua, variabel Kualitas Produk merupakan variabel yang paling dominan. Hal itu dibuktikan dari angka t_{hitung} sebesar 5,887 merupakan angka terbesar dibanding variabel Harga dan Promosi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti lakukan ialah sama-sama meneliti tentang keputusan konsumen serta variabel yang paling dominan, yaitu variabel Kualitas Produk yang dibuktikan dari angka t_{hitung} sebesar 4,496 merupakan angka terbesar dibandingkan variabel Harga yaitu 2,235. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitiannya dan variabelnya.

I. Sistematika Penulisan

Bagian ini mencakup pendeskripsian singkat mengenai isi setiap bab yang nantinya disusun pada penelitian ini

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II ini merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai, definisi keputusan pembelian, definisi harga, dan definisi kualitas produk.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, variabel penelitian dan metode analisis.

Bab IV merupakan hasil penelitian yang berisikan penyajian data dan analisis data yang berhubungan dengan pertanyaan yang ada dirumusan masalah.

Bab V merupakan penutup, yang berisikan simpulan atau hasil dari penelitian dan saran.