

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan jaman saat ini telah memasuki pada masa serba menggunakan teknologi tinggi. Perkembangan teknologi memang membawa dampak positif pada banyak hal. Di kancah olahraga, perkembangan teknologi sanggup memacu atlet untuk dapat berprestasi lebih dan lebih. Atlet bias mendapatkan fasilitas latihan dengan metode canggih guna memaksimalkan potensinya. Atlet juga selalu dimonitor kesehatannya serta diberikan latihan khusus untuk mengurangi potensi cedera. Tak hanya itu, alat olahraga juga mengalami banyak kemajuan. Salah satu alat pendukung olahraga yang terpenting adalah sepatu olahraga.

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti gym, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga akan membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit. Dapat dibayangkan apabila terkena penyakit dan harus dirawat di rumah sakit, berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk hal itu.

Olahraga sebagai kebutuhan, inilah yang dibaca oleh perusahaan – perusahaan untuk memproduksi sepatu olahraga. Persaingan yang kompetitif pun ditunjukkan dengan berbagai macam pilihan sepatu yang tersedia di pasar. Beberapa perusahaan besar seperti Adidas, Mizuno, Nike, dan Reebok merupakan produsen yang mengalami persaingan ketat dalam industry ini. Perusahaan-perusahaan ini dituntut harus memiliki visi, misi, dan tujuan yang benar-benar berorientasi pada konsumen.

Mizuno, salah satu perusahaan produsen sepatu olahraga terbesar di dunia, sangat memahami pentingnya kegunaan sepatu dalam aktivitas olahraga salah satu perusahaan global yang membuat berbagai macam peralatan olahraga dan pakaian olahraga, untuk golf, tenis, bisbol, voli, sepak bola, lari, rugby, ski, bersepeda, judo, tenis meja, bulu tangkis, tinu, dan atletik. Mizuno didirikan di Osaka pada tahun 1906 oleh Rihachi Mizuno. Disamping mudah diidentifikasi, produk sepatu mizuno memiliki keunggulan dibandingkan dengan sepatu produk lain. Material yang dipakai dalam sepatu Mizuno berupa *flyware* dan *lunarlitefoam*. Material ini memiliki fungsi untuk mengurangi beban jenis sepatu sehingga, jenis sepatu yang dihasilkan akan ringan dan membuat nyaman para konsumen. Berdasarkan penelitian dari penjual sepatu di Ponorogo, kenyamanan, kualitas, sepatu yang ringan dan model yang beragam telah di hadirkan oleh Mizuno. Produk sepatu Mizuno menunjukkan bahwa menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk adalah kenyamanan yang dipakai. Mizuno menjadi ikon pilhan konsumen karena daya tahan produknya yang baik dan konsumen merasa puas menggunakannya.

Kualitas yang baik ini membuat Mizuno berkembang pesat di Indonesia. Saat ini hampir disetiap jalan pada saat hari libur kita dapat melihat orang-orang gemar berolahraga, memakai sepatu olahraga, selain karena kebutuhan, tentu saja gengsi menjadi unsur kedua. Kebutuhan, pemakaian dan pemanfaatan sepatu yang pada umumnya digunakan untuk berolahraga sangat bermanfaat bagi karirnya dalam berbagai profesi khususnya pemain voli. Hal ini menjadikan alasan utama konsumen untuk membeli sepatu olahraga bola voli merek Mizuno.

Dengan demikian anggota club bola voli sebagai konsumen melakukan identifikasi terhadap kebutuhannya dan bagaimana dia harus memenuhi kebutuhan tersebut secara efektif. Pengambilan keputusan dalam memilih sepatu olahraga bola voli tertentu, sangat bergantung pada kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Kotler (2005:201) menyatakan bahwa tujuan dari pemasaran adalah dalam rangka untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan dari konsumen atau pelanggan yang menjadi sasarannya. Karena itu, dalam proses pemasaran harus diketahui terlebih dahulu kecenderungan perilaku dari konsumen, agar produk yang dipasarkan benar-benar sesuai kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Memahami secara tepat perilaku konsumen merupakan hal yang sangat menentukan keberhasilan dalam memasarkan produk. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Carpenter (dalam Prasetyo & Ihalaw, 2005:5) bahwa mengerti dan memahami segala seluk beluk terkait perilaku konsumen sangatlah penting, hal ini dalam rangka untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam memasarkan suatu produk.

Sementara ini penelitian yang sudah ada meneliti pada produknya saja, misalnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Budi Hartono (2013) dengan judul, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Susu Ultra High Temperatur (Studi Kasus Di Swalayan Persada Malang). Menyimpulkan bahwa faktor-faktor konsumen dalam membeli susu UHT adalah harga jual, harga produk saingan, rasa, susu gizi. Faktor yang paling dominan dalam penelitian ini adalah faktor rasa produk susu.

Dalam penelitian lainnya oleh Bambang Ali Hartanto (2013) dengan judul, “Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Olahan Susu Segar Di Milk Story (Studi Kasus Di Kedai Milk Story Jalan. Semeru No. 70 Malang). Menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di milk story adalah harga produk, pelayanan berpakaian sopan dan rapi, tempat mudah dijangkau alat transportasi dan adanya fasilitas *free wifi*.

Maka untuk mengetahui kebutuhan konsumen, para pemasar perlu mengetahui perilaku konsumen dalam pemenuhan kebutuhan konsumen akan sepatu olahraga bola voli. Menurut Kotler (2005:201), ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, yaitu: faktor pribadi, faktor psikologi, faktor sosial dan faktor kebudayaan. Terlihat juga dari latar belakang anggota club yang umumnya berasal dari berbagai daerah dengan kondisi budaya, lingkungan serta ekonomi yang berbeda-beda. Sehingga diyakini hal itu sangat berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku mereka

dalam pengambilan suatu keputusan untuk menggunakan sepatu olahraga bola voli merek Mizuno.

Berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa sangat banyak faktor yang mempengaruhi atau melatarbelakangi sebuah perilaku konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian terhadap suatu produk baik itu berupa produk wujud atau yang tidak berwujud (jasa).

Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota club bola voli tersebut dalam membeli sepatu olahraga bola voli merek Mizuno. Sehingga penelitian ini diberi judul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli Sepatu Olahraga Bola Voli Merek Mizuno (Studi kasus pada club bola voli Ahmad Dahlan Ponorogo)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahanya sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi, berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan membeli sepatu olahraga merek Mizuno oleh club Bola Voli Ahmad Dahlan Ponorogo?
2. Di antara faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi faktor mana yang dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan

pembelian sepatu olahraga bola voli merek Mizuno oleh club Bola Voli Ahmad Dahlan Ponorogo?

### **1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengkaji apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan membeli sepatu olahraga bola voli merek mizuno oleh club bola voli Ahmad Dahlan Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian sepatu olahraga bola voli merek mizuno oleh club bola voli Ahmad Dahlan Ponorogo.

#### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan/ wawasan, dan dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

##### **b. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk. Dan Sebagai bahan masukan bagi perusahaan

dalam menentukan produk yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian pada masa yang akan datang.

