

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

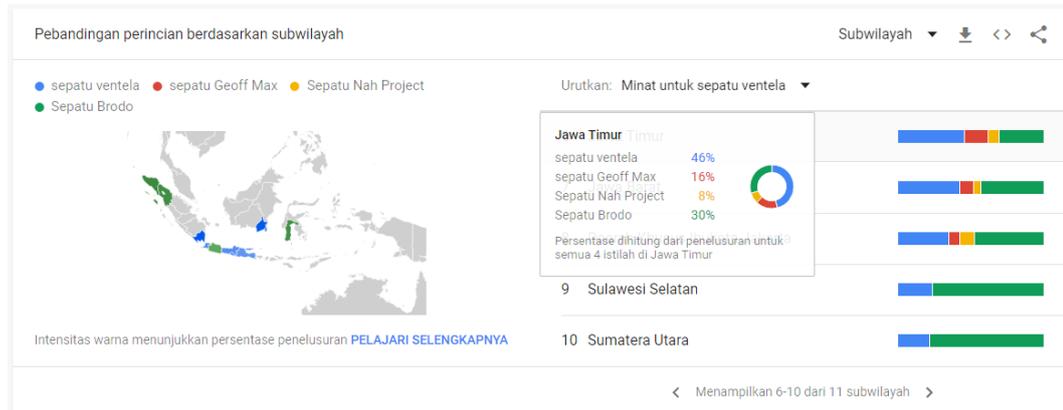
Di era globalisasi saat ini persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Dengan adanya persaingan yang ketat tersebut, menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba dalam menciptakan produk yang inovatif dan berkualitas untuk dapat bertahan dalam industri bisnis, khususnya pada industri sepatu. Sepatu merupakan salah satu *fashion* yang tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Kenyamanan dalam menggunakan sepatu untuk beraktivitas sangatlah penting. Pada saat ini, sepatu tidak hanya digunakan sebagai hal *fashion* saja, namun juga digunakan untuk keperluan seperti sekolah, kuliah, dan berkerja (Mela, 2019). Di Indonesia perkembangan dalam industri sepatu berkembang dengan pesat. Hal ini ditunjukkan dari ranking posisi Indonesia yang menduduki posisi ke-4 sebagai produsen alas kaki di dunia. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara konsumen sepatu terbesar ke-4 dengan konsumsi 886 juta pasang alas kaki (Kemenperin, 2019).

Salah satu tren sepatu saat ini adalah sepatu *Sneakers* (Krisdamarjati, 2020). Sepatu *sneakers* menjadi favorit dan digemari oleh banyak orang karena jenis sepatu ini memiliki berbagai macam model yang *trendy* dengan bahan dan ukuran yang bervariasi. Selain itu, sepatu *sneakers* juga sangat nyaman dipakai dan bisa dipakai untuk kegiatan atau acara yang semi formal maupun santai. Menurut (Hasibuan, 2018) peminat sepatu *sneakers* mengalami peningkatan sebesar 70%. Hal ini dibuktikan saat penyelenggaraan acara *Jakarta Sneakers Day* (JSD) yang semula di perkirakan 7 ribu pengunjung namun melonjak sampai dengan 15

ribu pengunjung. Peningkatan minat terhadap sepatu tersebut dipengaruhi oleh salah satu faktornya perubahan selera dari konsumen seiring dengan berkembangnya tren. Perkembangan dalam industri sepatu yang terus berkembang juga ditunjukkan dengan kemunculan berbagai merek sepatu lokal di Indonesia, seperti Nah Project, Geoff Max, Brodo, dan Ventela (Hasibuan, 2018).

Ventela merupakan merek sepatu asal Bandung yang diperkenalkan oleh William Ventela pada tahun 2017. Ventela memiliki banyak jenis sepatu, seperti *high top sneakers*, *low-top sneakers* dan *non slip shoes*. Sepatu Ventela terbuat dari bahan kanvas 12 oz berkualitas tinggi, yang lembut dan memiliki daya tahan yang kuat. Pembuatan sepatu Ventela menggunakan Teknologi *Ultralite Foam* yang diklaim dapat memberikan kenyamanan untuk pemakainya. (<https://www.ventela.com/>). Dalam pemasarannya, ventela berkolaborasi dengan *influencer* seperti Gading Marteen, Kaesang Pangarep, Najwa sihab dan Nevertoolavish. Dengan adanya *influencer*, hal tersebut dapat berperan penting dalam pembentukan citra merek yang positif. Ventela berusaha untuk menciptakan citra yang baik di benak konsumen dan meyakinkan konsumen bahwa kualitas produk yang di berikan oleh ventela dapat bersaing dengan merek sepatu lokal maupun merek internasional (Yonulis, 2021).

Dalam dua tahun terakhir, terdapat beberapa daerah yang banyak mencari tahu tentang produk sepatu Ventela, salah satunya adalah Daerah Jawa Timur (Google Trends, 2021). Hal ini dapat kita lihat dari hasil pencarian Google Trends dari tahun 2018-2020 :



(Sumber: google trends) Diakses pada 8 mei 2021

Gambar 1. 1 Presentase minat sepatu ventela di Jawa Timur Tahun 2018-2020

Berdasarkan data terkait minat terhadap produk sepatu *sneakers* lokal diatas, menunjukkan bahwa produk sepatu sneakers merek ventela mendapatkan posisi utama di Jawa Timur dengan perolehan presentase sebesar 46%. Menurut peneliti, perolehan posisi utama sepatu ventela di duga karena adanya faktor yang mempengaruhi preferensi atau selera konsumen terkait atribut yang dimiliki sepatu ventela sesuai dengan apa yang di inginkan oleh konsumen. Di Jawa Timur khususnya kabupaten Jombang, banyak *Sneakers* store yang menyediakan berbagai macam *sneakers* lokal terutama sepatu merek ventela. Keberagaman jenis dan tipe sepatu ventela tentunya dapat menjadi pilihan bagi konsumen untuk membeli jenis dan tipe sepatu sesuai dengan preferensi konsumen. Preferensi dapat disebut pula dengan kata lain selera. Selera setiap konsumen dalam membeli sebuah produk tentunya berbeda-beda. Oleh karena itu preferensi yang dimiliki konsumen akan menjadi sangat penting bagi perusahaan. Karena preferensi konsumen yang pada akhirnya memengaruhi pilihan mereka terhadap pembelian suatu produk. Dengan memahami preferensi konsumen, perusahaan dapat merancang strategi yang tepat untuk merespon harapan konsumen dan menjadikan strategi differensiasi sebuah perusahaan tersebut dengan pesaingnya.

Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat di ketahui dengan menentukan atribut atau faktor-faktor yang melekat pada produk (Sumaryati, 2016). Sepatu Ventela dikenal dengan sepatu yang memiliki atribut yang baik seperti kualitas dari sepatu ventela yang tidak mudah rusak dan daya tahan sepatu yang kuat. Selain kualitasnya, sepatu Ventela juga memiliki desain yang *trendy* dan juga menyediakan banyak tipe sepatu serta banyak varian warna agar konsumen dapat memilih sesuai kebutuhan dan sesuai preferensi konsumen. Oleh karena itu, untuk membentuk preferensi konsumen terhadap sebuah produk, atribut produk merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Karena atribut tersebut yang pada akhirnya dapat mempengaruhi seseorang sebagai pertimbangan untuk memilih suatu produk. Atribut produk merupakan stimulus dalam membentuk perilaku konsumen. Pentingnya akan adanya atribut dalam sebuah produk ataupun jasa bisa didefinisikan sebagai penilaian umum seorang konsumen terhadap signifikansi atribut atas produk dan jasa jenis tertentu (Setyanto, 2017). Apabila sebuah produk ataupun jasa memiliki atribut atau sifat-sifat yang sesuai dengan diharapkan oleh konsumen, maka atribut produk tersebut dianggap cocok oleh konsumen sehingga atribut produk mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk (Ikhwanuddin, 2012).

Ventela merupakan nama perusahaan *rebranding* yang sudah lama terkenal, terutama produk sepatunya. Bahan dan model yang berbeda membuat Ventela dikenal sebagai produk merek sepatu lokal yang tidak kalah baiknya dengan produk sepatu merek internasional. Kelebihan sepatu Ventela yang cocok digunakan dalam berbagai situasi membuat Ventela mampu mempertahankan pasarnya sekarang. Bahannya yang disesuaikan dengan postur kaki membuat kenyamanan sendiri bagi

para pemakainya. Model dan motifnya pun tidak kalah unik dan variatif mengikuti perkembangan mode sehingga membuat sepatu ini memiliki keunggulan sendiri dan semakin dicintai penggemarnya. Adapun merek sepatu lainnya selain Ventela yang beredar dipasaran seperti Nah Project, Geoff Max dan Brodo. Beragamnya merek yang bermunculan dapat menjadikan pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihannya untuk dipakai sehari-hari. Perusahaan sendiri berupaya menciptakan citra merek yang baik untuk konsumen, dengan terciptanya citra merek yang positif bagi konsumen, menjadikan konsumen memiliki kesadaran akan persepsi yang muncul dibenak mereka. Ventela sendiri saat ini tidak hanya digunakan untuk berpegi dan berkerja saja. Para mahasiswa belakangan ini gemar menggunakan sepatu Ventela guna menunjang penampilan mereka. Model yang simpel, pilihan warna yang beragam, bahan yang lentur, harga yang sebanding dengan kualitas menjadikan sepatu Ventela menjadi pilihan para mahasiswa. Hal yang mendukung lainnya yaitu kenyamanan saat digunakan dan konsumen merasa bangga ketika menggunakan sepatu Ventela.

Citra merek (*brand image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Oladepo, 2015) citra merek yang baik akan meyakinkan konsumen memutuskan membeli produk karena atribut –atribut produk seperti desain, kualitas, dan daya tarik produk mampu

menunjukkan kemampuannya memenuhi kebutuhan konsumen sehingga menciptakan asosiasi yang positif terhadap merek.

Berdasarkan latar belakang diatas dan pengamatan penulis sebelum melakukan penelitian, bahwa banyak mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang menggunakan produk sepatu merek Ventela, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen” (studi pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna sepatu merk ventela)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah atribut produk berpengaruh terhadap preferensi kosumen mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna sepatu merk ventela?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap preferensi konsumen mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna sepatu merk ventela?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini hanya pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang menggunakan sepatu lokal merk ventela.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh atribut produk terhadap preferensi konsumen pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna sepatu merk ventela
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap preferensi konsumen pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang pengguna sepatu merk ventela

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat sama seperti manfaat yang akan diperoleh setelah penelitian tersebut berlangsung, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan atribut produk dan citra merek terhadap preferensi konsumen.
 - b. Sebagai ilmu pengetahuan dan bahan pertimbangan penelitian ini dapat memberikan pembelajaran dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya pada topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi dan bisa dijadikan referensi oleh mahasiswa terkait pemilihan produk sepatu *sneakers* lokal merk ventela.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan perusahaan sepatu dapat memberikan informasi terkait atribut produk dan citra merek produk sepatu *sneakers* lokal sehingga perusahaan sepatu *sneakers* lokal dapat mengambil langkah-langkah strategis guna memaksimalkan penjualan dalam perusahaan.