

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat membuat suatu perusahaan terus berlomba-lomba di dalam menciptakan produk yang berkualitas ditengah perubahan teknologi yang semakin canggih sehingga perusahaan harus lebih kreatif untuk menciptakan suatu produk yang berkualitas. Bagaimanapun juga, persaingan bisnis harus diperhitungkan bila tidak ingin bisnis hancur oleh kegiatan pemasaran perusahaan pesaing. Menurut Kotler (2002:34), perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Salah satu yang harus di tingkatkan dalam bisnis yaitu persepsi konsumen. Persepsi konsumen merupakan anggapan yang timbul di benak konsumen karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan mempengaruhi seseorang, melalui kelima alat inderanya yaitu penglihatan, pendengaran, pembauan, perasaan dan sentuhan. Dengan adanya persepsi konsumen, perusahaan dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan atau kelemahan, kesempatan ataupun ancaman bagi produk yang dipasarkan dengan persepsi konsumen.

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu produk sepatu. Hal ini terjadi karena bagi konsumen sepatu adalah suatu produk yang telah menjadi kebutuhan harian untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Banyak konsumen yang rela mengeluarkan uangnya untuk membeli sepatu. Kenyamanan menggunakan sepatu dalam beraktivitas sangatlah penting untuk menjaga kaki kita tetap stabil. Sepatu merupakan suatu alas kaki yang digunakan untuk melindungi kaki dari segala apapun yang bisa melukai kaki. Jenis sepatu pun beragam tergantung dari kebutuhan konsumen, mulai dari sepatu resmi, sepatu santai (casual), sepatu olahraga, sepatu kerja, dan lainnya.

Diantara berbagai pilihan sepatu santai (*casual*) yang ada, *Converse All Star* merupakan salah satu sepatu casual yang diminati oleh konsumen dan merupakan sepatu yang familiar di kalangan masyarakat. Converse, Inc. merupakan produsen sepatu dan perlengkapan olahraga lainnya yang berpusat di North Andover, Massachusetts, Amerika Serikat. Converse, Inc. merupakan anak perusahaan dari Nike, Inc. Brand Converse yang cukup terkenal di kalangan anak muda. Beragam produk fashion bertema olahraga menjadi ciri utamanya. Mulai dari jaket, kaos, sepatu, topi, tas, dan lainnya diproduksi dengan logo berupa sebuah bintang bertuliskan Converse.

Kini *Converse* tercatat sebagai salah satu ikon merek dagang paling legendaris di dunia dan merupakan salah satu brand yang memiliki spesialisasi dalam pembuatan sepatu yang terbuat dari kanvas. Keberadaan sepatu *Converse* di Indonesia dinilai cukup besar, hal tersebut terlihat dengan dibangunnya 2 (dua) buah pabrik tempat pendistribusian sepatu *Converse* yang tepatnya berada di daerah Tangerang dan Sukabumi. Range harga sepatu *Converse* juga beragam tergantung dari jenisnya. Dimulai dari harga Rp 499.000-sampai jutaan. Berikut ini adalah tabel *Top Brand Index (TBI) Teen* sepatu *Converse All Star* dari tahun 2016:

Tabel 1.1
Top Brand Sepatu Casual 2016

SEPATU		
MEREK	TBI	TOP
Converse/ All Star	31.6%	TOP
Nike	9.0%	
Bata	7.0%	
Vans	5.9%	
Ardiles	3.6%	

(Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_for_teens_index_2016)

Dengan masuknya sepatu Converse ke dalam Top Brand, artinya merek Converse sudah menjadi produk yang banyak diminati dan dicari konsumen. Pada Tabel 1.1 di atas dapat dilihat sepatu Converse memiliki nomor urut pertama

dengan total 31,6 %. Setelah Converse, selanjutnya sepatu Nike menduduki nomor urut dua dengan jumlah total 9,0%. Selanjutnya jumlah pengguna sepatu Bata sebanyak 7,0%, lalu Vans sebanyak 5,9%. Dan Sepatu Ardiles sebanyak 3,6%.

Di antara merek sepatu santai (*casual*) yang disebutkan di atas, ternyata sepatu merek *Converse All Star* banyak digunakan oleh mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Teknik Sipil. Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil lebih mendominasi menggunakan produk sepatu *Converse All Star* dari pada produk sepatu yang lain, data ini diperoleh dari prakuisisioner yang dilakukan oleh peneliti, dimana dalam prakuisisioner tersebut didapat jumlah mahasiswa pengguna produk sepatu *Converse All Star* di Jurusan Teknik Sipil sebanyak 148 mahasiswa. Penelitian ini dilakukan di Jurusan Teknik Sipil Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang dengan mengambil subjek penelitian yaitu para mahasiswa yang menggunakan sepatu *Converse All Star* dikarenakan mahasiswa Jurusan Teknik Sipil boleh menggunakan sepatu bebas untuk pemakaian sehari-hari mereka dan sepatu *Converse All Star* menjadi salah satu pilihan dari sekian banyak sepatu oleh mahasiswa jurusan Teknik Sipil Politeknik Negeri Sriwijaya. Hal ini disebabkan bahwa mereka beranggapan sepatu *Converse All Star* memiliki kelebihan dan keunikan dibandingkan produk yang lainnya serta memiliki harga yang relative terjangkau.

Berdasarkan latar masalah di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **”Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil POLSRI)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah:

1. Bagaimana Persepsi Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Polsri Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star ?
2. Persepsi manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepatu Converse All Star ?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Mengingat luasnya permasalahan yang terdapat dalam persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian sepatu Converse All Star dan agar pembahasan yang akan dilakukan tidak menyimpang dari permasalahan, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada persepsi mahasiswa terhadap kinerja produk, keterandalan produk, fitur produk, daya tahan, kesesuaian, kemampuan diperbaiki, keindahan tampilan produk, dan kualitas yang dirasakan.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui persepsi mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Politeknik Negeri Sriwijaya terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan teori-teori yang didapat dan dipelajari selama mengikuti perkuliahan yang berhubungan dengan masalah yang dikemukakan, serta dapat menambah wawasan khususnya pada mata kuliah Perilaku Konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu masukan bagi perusahaan untuk memperhatikan perilaku konsumen dalam mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan oleh perusahaan.

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai bahan bacaan dan referensi di perpustakaan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian di Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya Jurusan Administrasi Bisnis.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini di batasi pada pembahasan terkait persepsi pelanggan terhadap keputusan pembelian sepatu Converse All Star, fokus penelitian ditujukan pada mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan sepatu Converse All Star.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Seperti yang dikemukakan oleh Yusi dan Idris (2015:6) berdasarkan cara memperolehnya, jenis dan sumber data dapat dikelompokkan menjadi:

1. Data Primer

Menurut Yusi dan Idris (2015:6) data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Penulis ingin mengetahui hasil dari kuisisioner dengan konsumen yang telah memakai sepatu Converse All Star pada Jurusan Teknik Sipil.

2. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2015:6) data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut, misalnya sejarah singkat perusahaan, tujuan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, data lainnya yang relevan.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penulisan laporan ini dapat menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan penelitian ini, yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung adalah dengan cara sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Menurut Yusi dan Idris (2015:8) kuisisioner merupakan alat pengumpulan data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara.

Semakin tersebar sampelnya, kuisioner cenderung akan lebih rendah biayanya. Pengumpulan data melalui kuisioner ini dapat lebih mudah karena dapat dikerjakan oleh satu orang responden yang kadang sulit dijumpai. Dalam hal ini penulis memberikan kuisioner kepada mahasiswa yang memakai sepatu Converse All Star di Jurusan Teknik Sipil.

2. Riset perpustakaan (*Library Research*)

Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku untuk mendapatkan keterangan teoritis sebagai bahan masukan penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti tentang faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada sepatu Converse All Star.

1.5.4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiono (2009: 115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek populasi adalah mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan sepatu Converse All Star. Berdasarkan survey yang penulis lakukan diketahui bahwa dari seluruh mahasiswa yang berjumlah 539 orang terdapat 148 mahasiswa yang menggunakan sepatu Converse All Star tersebut.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2009:116). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa atau konsumen yang menggunakan sepatu Converse All Star yaitu sebanyak 148 mahasiswa. Dalam hal ini tidak harus meneliti seluruh individu dalam populasi yang ada, karena akan membutuhkan biaya yang besar dan juga waktu yang lama.

Untuk menetapkan besarnya sampel (*sampel size*) dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dalam Husein Umar (2003:146) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = taraf kesalahan (error)

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{148}{1+148 (10\%)^2} = 59,67 = 60 \text{ Responden}$$

c. Teknik Sampling

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik *Probability Sampling* yaitu menggunakan metode *Simple Random Sampling*, di mana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan stara yang ada dalam populasi itu. Penggunaan Simple Random Sampling dilakukan karena anggota populasi bersifat homogen.

1.6. Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dengan menggunakan Skala Likert.

1.6.1. Metode Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam suatu skala numerik (Yusi dan Idris, 2016:108). Dalam hal ini, teknik analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang ada dan yang berhubungan dengan masalah dari penelitian ini.

1.6.2. Metode Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (Yusi dan Idris, 2016:108). Penulis juga menggunakan analisis data

kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan.

Menurut Riduwan dan Akdon (2013:18), rumus yang digunakan untuk persentase adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase jawaban responden pada setiap butir pernyataan

F = Jumlah/Frekuensi jawaban responden pada setiap butir

N = Jumlah skor maksimal jawaban responden

Tabel 1.2

Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian

Skor/Angka	Interpretasi
0% - 20%	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan, 2011:41

1.7. Skala Pengukuran

Penulis menggunakan skala Likert untuk digunakan dalam kuisisioner nantinya. Menurut Riduwan (2011:38), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Adapun dalam skala Likert, setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Pengukuran Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Riduwan, 2011:39

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuisisioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan di olah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.