

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari dulu hingga saat ini fashion merupakan dunia industri yang tidak pernah terpisahkan oleh kemajuan dari kehidupan masyarakat. Pada saat ini banyak orang peduli dengan dunia fashion di kehidupan sehari-harinya, maka dari itu banyak sekali jika produk-produk bermerek ternama dunia semakin populer, perkembangan dunia fashion terus berlanjut mengikut alur zaman dan memberikan pandangan mendalam mengenai evaluasi masyarakat. Dunia fashion tidak pernah redup terutama di dunia Gen Z (Aisyah Isnani, 2020). Para desainer fashion di Indonesia terus berinovasi untuk menghadirkan karya-karya terbaru yang sesuai dengan tren global. Generasi muda saat ini gemar mengikuti tren fashion terkini melalui media sosial dan platform online lainnya. Mereka menggunakan fashion sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan mengikuti gaya hidup yang populer di kalangan pertemanan mereka menempatkan fashion sebagai bagian dari kebutuhan primer, karena kebutuhan primer maka sampai kapanpun fashion akan selalu menjadi prioritas untuk dicukupinya. Dunia fashion ini sendiri mencakup banyak sekali mulai dari sepatu, aksesoris dan berbagai elemen lainnya yang terkait dengan gaya dan penampilan (Sukardi, 2023).

Perkembangan industri fashion di Indonesia semakin meningkat tinggi di masa sekarang dikarenakan berbagai macam tren baru yang muncul dan menarik bagi kehidupan masyarakat, hal ini membuat semua orang selalu mendapatkan informasi terbaru tentang topik trend, salah satunya adalah penggunaan sepatu bermerek, bisa disimpulkan anak-anak kalangan muda sampai kalangan orang tua sudah mulai menggunakan produk sepatu yang mempunyai merek terkenal. Penampilan sering kali menjadi penilaian awal seseorang dan penggunaan produk sepatu yang menarik dapat

memperkuat kesan positif. Di Indonesia tren pengguna sepatu, semakin meningkat terutama dikalangan yang ingin berpenampilan menarik (Hasan at all, 2021).

Tabel 1.1

Jenis Sepatu Pada Toko Sneakers Lampung

No	Nama Sepatu
1	Nike
2	Fila
3	Adidas
4	Air Jordan
5	Vans
6	Converse

Sumber: Toko Sneakers Lampung

Dari keenam merek sepatu yang ada pada tabel 1.1 sepatu Vans adalah merek sepatu yang peluangnya diminati generasi muda dan banyak dicari pada toko Sneakers Lampung. Vans didirikan oleh Paul Van Doren bersama dengan tiga mitranya : James Van Doren, Gordon C. Lee, dan Serge D'Elia. Perusahaan ini pertama kali dibuka pada tanggal 16 Maret 1966, di Anaheim, California. Pada awalnya, Vans hanya berfokus pada produksi sepatu kasual dengan desain klasik yang menjadi terkenal. Seiring berjalannya waktu, merek ini memperluas jangkauannya ke berbagai jenis alas kaki dan pakaian. Vans dikenal karena hubungannya dengan budaya *skateboarding*, gaya hidup *streetwear*, dan sepatu Vans telah menjadi ikon dalam dunia model dan olahraga. Vans terus berkembang dan menguatkan posisinya di pasar internasional dan ini menjadikannya salah satu merek sepatu yang sangat dikenal di seluruh dunia. Vans memiliki beberapa kompetitor yang cukup kuat, yaitu *Converse* dan *Macbeth*, persaingan antar produsen sepatu pun tidak dapat dihindari oleh Vans. Vans selalu berupaya

dalam memenangkan persaingan bisnisnya agar dapat menjadi perusahaan yang paling unggul dalam bisnis tersebut”(Nasrin & Mustikasari, 2017). Salah satu faktornya adalah dengan customer membeli produk Vans. Untuk membuat customer membeli produk Vans, maka Vans menekankan pada atribut produk. Kita mengetahui bahwa Vans memiliki desain sepatu yang paling banyak dibandingkan pesaing lainnya.

Gambar 1.1 Akun Instagram Sneakers Lampung



sumber: Instagram Sneakers Lampung

Salah satu media sosial yang digunakan Sneakers Lampung adalah Instagram sebagai sarana penjualan, karena pada saat ini pengguna media sosial makin meluas di semua kalangan. Melalui media sosial instagram ini dapat memudahkan Sneakers Lampung dalam memberikan informasi dan memasarkan produk sepatu Vans ini. Instagram telah menjadi platform berbagi momen visual yang memukau bagi jutaan orang di seluruh dunia. Pengguna dapat mengabadikan momen spesial mereka dalam bentuk foto dan video, dan membagikannya dengan komunitas dan platform lain seperti Facebook, Twitter, dan WhatsApp. Instagram juga memiliki platformnya sendiri untuk

menampung konten yang dibagikan oleh penggunanya. Akun resmi Instagram Sneakers Lampung (@sneakers_lampung) memiliki pengikut sebanyak 13,6rb.

Gambar 1.2

Data Perbandingan Penjualan Sepatu vans



Sumber: Toko Sneakers Lampung

Berdasarkan gambar 1.2 penjualan sepatu Vans mencapai 1.800 unit sepatu pada tahun 2019. Volume penjualan sepatu Vans mengalami penurunan sangat terbesar pada tahun 2020 yaitu 360 unit sepatu vans terjual, Penurunan ini dikarenakan pada tahun 2020 hingga tahun 2022 Indonesia mengalami pandemi covid-19 dan dampak dari covid-19 ini toko sneakers Lampung mengalami penurunan penjualan sepatu Vans, dikarenakan muncul nya toko-toko thrifthing sepatu impor bermerk maupun pakaian. Muncul nya toko thrifthing ini membuat beberapa pelanggan toko Sneakers Lampung beralih lebih memilih membeli sepatu-sepatu thrift.

Keberhasilan dalam sebuah usaha sangat bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Agar dapat mengetahui harapan pelanggan, diperlukan penelitian yang dapat menggambarkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian terhadap produk yang dihasilkan dan menentukan faktor-faktor yang harus menjadi prioritas perhatian perusahaan dalam upaya peningkatan pembelian produk (Kurniawati, 2017).

Apabila produk tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing menurut Kotler (2011)

Perilaku konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Vans pada toko Sneakers Lampung di pengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor sosial dan faktor pribadi. Faktor sosial adalah berupa kelompok yang turut berpengaruh, di mana seseorang sebagai anggota misalnya kelompok keluarga, tetangga, teman kerja. Faktor pribadi yaitu karakteristik pribadi yang berpengaruh terhadap keputusan pembeli mencakup usia dan tahap dalam dan siklus hidup, pekerjaan, dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup serta nilai-nilai. Karena diantaranya memiliki dampak langsung pada perilaku konsumen, penting bagi konsumen untuk mengikuti dengan cermat.

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk. Apapun faktor yang mempengaruhi konsumen dalam hal keputusan pembelian, berarti faktor tersebut memiliki perannya masing-masing dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Dimana salah satunya faktor Sosial dan faktor pribadi menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu Merek Vans.

Adanya pengetahuan faktor sosial dan faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian, pelaku usaha dapat membidik target-target pembeli secara lebih fokus dan terarah. Dengan kata lain, dapat menganalisis lebih jelas tentang sasaran dan target pembeli untuk selanjutnya mengarahkan kegiatan pemasaran agar dapat mencapai target pembeli yang dimaksud, agar produk dapat terjual dengan baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, telah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk sepatu Vans pada Sneakers Lampung. Dari fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan

penelitian lebih lanjut tentang “ **Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans pada Toko Sneakers Lampung** “

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans?
2. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Vans?
3. Apakah faktor sosial dan faktor pribadi memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasih masalah diatas, peneliti perlu untuk melakukan pembayasan masalah yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan agar penelitian lebih fokus pada pembahasan topik yang memang menjadi pokok masalah.

Maka penelitian ini hanya hanya dilakukan pada konsumen yang membeli sepatu Vans di Snekars Lampung dan memfokuskan pada faktor yaitu sosial dan pribadi.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor sosial berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Civitas Akademika

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan menambah pengetahuan serta wawasan terkait masalah yang diteliti mengenai Pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers lampung.

2. Bagi Sneakers Lampung

Penelitian ini menemukan faktor sosial dan faktor pribadi sangat memengaruhi dalam keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers Lampung. Temuan ini mampu memberikan kontribusi bagi perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan, dalam memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.