BAB I
PEDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman keinginan dan kebutuhan manusia terus berkembang dan tidak terbatas. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri sehingga dapat diperlukan adanya organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sudah meningkat cukup pesat dan mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat terutama di Kota Bandar Lampung. Segala sesuatu yang dibutuhkan oleh konsumen sudah tersedia, mulai dari kebutuhan primer sampai kebutuhan tersier. Kebutuhan sekunder seperti pakaian juga sama pentingnya dengan kebutuhan primer terutama sepatu (Lestari.M,2022). Salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat saat ini adalah usaha sepatu dengan model yang mengikuti zaman.

Perkembangan dan kemajuan dunia industri yang dapat kita lihat salah satunya adalah dengan semakin pesatnya perkembangan dunia usaha. Kita bisa melakukan ini lihatlah munculnya industri barang dan jasa. Kemajuan sektor industri pesat sehingga menimbulkan tingkat persaingan bisnis yang ketat. Begitu juga untuk produk sepatu yang menjual barang serupa. Dengan produk serupa yang dijual oleh toko yang berbeda-beda, sedangkan keinginan konsumen berbeda-beda. Variasi membuat konsumen bebas memilih produk mana yang akan dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus mengambil

langkah maju untuk mengungguli pesaingnya. Salah satu bisnis yang saat ini memiliki persaingan ketat dan diharuskan untuk selalu mengikuti selerakonsumen berada dibidang fashion yaitu sepatu. Di zaman modern saat ini sepatu sudah menjadi kebutuhan penting bagi setiap individu karena tidak hanya dijadikan untuk alas kaki, tetapi juga sebagai identitas diri. Dunia fashion yang terus berkembang, membuat aneka model silih berganti bahkan, pergantian model itu bisa sampai perminggu, meningkatnya kebutuhan dan kesadaran konsumen dalam memilih sepatu yang sesuai dengan perkembangan *style* mengharuskan perusahaan selalu bersaing dengan menghasilkan berbagai jenis sepatu. Semua orang pasti membutuhkan sepatu sebagai perlengkapan dalam berpenampilan yang digunakannya dalam segala macam aktivitas, misalnya aktivitas sekolah, kuliah, olahraga, kerja, pesta, dan masih banyak lagi aktivitas yang membutuhkan sepatu tersebut. Secara umum dapat dilihat persaingan antara produsen-produsen sepatu terus mengalami persaingan yang ketat. (Deni Ardias 2023).

Semua orang pasti membutuhkan sepatu sebagai perlengkapan dalam berpenampilan yang digunakannya dalam segala macam aktivitas, misalnya aktivitas sekolah, kuliah, olahraga, kerja, pesta, dan masih banyak lagi aktivitas yang membutuhkan sepatu tersebut. Munculnya berbagai macam model dan merek pada sepatu, membuat tingkat gaya hidup konsumen meningkat. Salah satu model sepatu tersebut adalah sepatu *sneakers*. Sepatu *sneakers* adalah jenis sepatu yang sangat populer di kalangan remaja, pelajar, mahasiswa karena sepatu *sneakers* sangat

cocok digunakan dalam setiap kegiatan dan sebagai penunjang fashion mereka(Handoyo & osha 2017).

Toko sepatu yang menjual sepatu sneakers menjadi tempat dimana semua orang dapat membeli sepatu sneakers dengan model yang diinginkan karena biasanya di toko sepatu tidak hanya menyediakan dengan satu model saja, tetapi juga menyediakan berbagai merek dan model. Menjual berbagai macam jenis sepatu untuk pria maupun wanita tentunya akan semakin meningkatkan keuntungan yang didapat, karena semakin bervariasi model sepatu yang ditawarkan maka akan semakin menarik banyak konsumen (Lestari. M,2022). Saat ini bisnis sepatu semakin menjanjikan keuntungan yang memuaskan. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin meningkatnya permintaan terhadap sepatu dan semakin berkembangnya toko sepatu. Salah satu persoalan yang cukup penting dalam dunia bisnis betapa baiknya aspek pemasaran menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan. Dalam hal ini pemasarlah yang melakukan secara cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Garis besarnya perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumenterhadap produk yang di hasilkan di antaranya tentang promosi yang bagus dan maksimal sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk.

Dalam proses penentuan dimana seseorang akan melakukan pembelian akan terlihat bahwa faktor promosi akan ikut menentukan

keputusan pembelian. Keputusan pembelian biasanya memerlukan pertimbangan yang benar-benar mendukung dan dapat menguntungkan pembeli seperti faktor promosi. Para komsumen cenderung akan memilih berbelanja pada toko yang memiliki promosi yang menarik perhatian para konsumen sehingga mereka penasaran dengan produk apa yang di promosikan oleh *Sneakers* Lampung. Promosi yang lebih menarik misalnya dengan menawarkan diskon, mengadakan *giveaway*, dan kerjasama dengan *influencer.*

Perilaku konsumen (*Costumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mepergunakan barang-barang/jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen itu: proses pengambilan keputusan, dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang/jasa secara ekonomis. Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasional.

Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap

sebagai tindakanyang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan (TutiAlawiyah 2019).

Pada penelitian ini, penulis memilih toko sepatu *Sneakers* Lampung sebagai toko sepatu yang diteliti. Toko Sepatu *Sneakers* Lampung yang berlokasi di jalan Purnawirawan gang Cengkeh II No.9 kelurahan Gedong Meneng Baru, Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung. Buka hari senin sampai minggu pukul 09.00-20.00. Toko *Sneakers* Lampung sudah berdiri dari tahun 2016 sampai saat ini dengan menjual berbagai macam sepatu, tetapi dari semenjak terjadinya covid-19 toko ini mulai sepi dan mulai banyak toko yang bersaingan dengan toko *Sneakers* Lampung. Maka dari itu toko *Sneakers* Lampung harus meningkatkan promosi penjualannya.

Gambar 1.1
Lokasi Sneakers Lampung

Sumber: Google Maps *Sneakers* Lampung

Seiring berjalan waktu perkembangan sneakers di Indonesia perlahan berubah dari sepatu fungsional untuk olahraga menjadi sepatu "serba bisa". Hal ini dilihat dari banyak pemakaian *sneakers* oleh mahasiswa dalam kegiatan perkuliahan. Perkembangan ini dimanfaatkan

dengan munculnya merek-merek *sneakers* lokal dengan kualitas mumpuni.

Di Indonesia saat ini sudah banyak merek sepatu produk lokal jenis *sneakers* yang dipasarkan. Salah satu merek lokal yang memproduksi sepatu jenis *sneakers* di Indonesia dengan kualitas terbaik yang tidak kalah keren dengan merek luar negeri. *Sneakers* sering menjadi tren fashion dan terdapat berbagai merek yang menawarkan berbagai model dan warna, menjadikannya pilihan yang populer di kalangan banyak orang untuk gayasehari-hari mereka.

Selain sebagai penunjang penampilan, sepatu juga biasanya dijadikan sebagai salah satu jenis hobi yang diminati. Biasanya sepatu yang dikoleksi memiliki desain yang unik, harga yang mahal, serta memproduksi beberapa pasang saja di dunia. Sepatu yang biasa dikoleksi dapat bermacam-macam, mulai dari sepatu sneakers sampai sepatu olahraga dengan berbagai macam merek. Hobi ini memberikan pengaruh terhadap peningkatan status sosial di lingkungan mereka dan dapat juga dijadikan salah satu bentuk investasi jangka panjang, karena hal lain dapat terjadi jika sepatu yang kita koleksi merupakan barang langka yang menjadi incaran para pecinta sepatu yang berkeinginan untuk membelinya dengan harga tinggi.

Toko sepatu ini merupakan toko yang sedang berkembang, toko ini merupakan salah satu dari berbagai toko sepatu yang ada di Bandar Lampung yang menjual berbagai macam sepatu dan yang paling banyak dipromosikan oleh toko ini adalah Nike, Vans, Adidas, dan Asics. Tetapi

kalau yang lebih spesifik dan yang lagi trend ada beberapa macamnya seperti merk Nike itu ada Nike Air Force One, Nike SB Dunk, Nike Jordan, Nike Air Max 97. Untuk Adidas ada Adidas Zamba contoh nya Convers 70s, untuk Vans ada Oldshool Clasics, dan Slip On, dan yang terakhir ada Asics yaitu contohya seperti Onitsuka, gel lite 3 dan 4.

Tabel 1.1

Daftar Harga Sepatu *Sneakers* Lampung

Jenis Sepatu	Harga
Nike	Rp. 200.000- Rp. 500.000
Vans	Rp. 200.000- Rp. 250.000
Adidas	Rp. 300.000- Rp. 450.000
Asics	Rp. 300.000- Rp. 450.000

Sumber: *Sneakers* Lampung

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa *Sneakers* Lampung memiliki variasi produk sepatu dengan harga yang berbeda-beda. Banyaknya pelaku bisnis pada bidang yang sejenis membuat toko *Sneakers* Lampung harus berinisiatif meningkatkan promosi produk dimedia sosial dengan lebih giat, agar memiliki daya saing yang lebih dan dapat dilirik oleh banyak konsumen. Promosi artinya aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk konsumen selaku target pasar untuk membelinya.

Promosi sangat penting digunakan untuk memperkenalkan suatu produk yang ingin dijual kepada konsumen menurut Kotler&Armstrong (2012). Karena apabila promosi suatu produk tidak disajikan semaksimal mungkin akan berakibat kepada rendahnya tingkat pengetahuan konsumen akan produk tersebut, dan secara tidaklangsung juga berdampak kepada menurunya tingkat penjualan dari suatu produk. Sehingga di era globalisasi saat ini promosi melalui media sosial lebih dibutuhkan dibandingkan promosi yang dilakukan secara tradisional.

Oleh karena itu pola hidup masyarakat saat ini sebagaian besar menghabiskan waktunya di dunia maya termasuk juga dalam berbelanja banyak dilakukan melalui media sosial. Sehingga pengguna internet tiap tahunya selalu mengalami peningkatan. Tingkat persaingan semakin mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. *Sneakers* Lampung harus mampu menciptakan motivasi yang berkeinginan sangat kuat agar konsumen dapat mengaktualisasikan kebutuhan yang ada dibenaknya itu. Dalam upaya promosinya *Sneakers* Lampung sangat aktif mempromosikan produknya dengan cara iklan digital pada beberapa media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Shopee. Pemasaran online yang selalu berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi, gerak perusahaan dan perubahan perubahan lingkungan pemasaran serta perubahan perilaku konsumen mempunyai implikasi sangat luas terhadap perumusan strategi pemasaran, hal ini disebabkan strategi pemasaran menyangkut dua kegiatan pokok yang diantaranya adalah pemilihan pasar-pasar yang akan dijadikan sasaran pemasaran, serta merumuskan

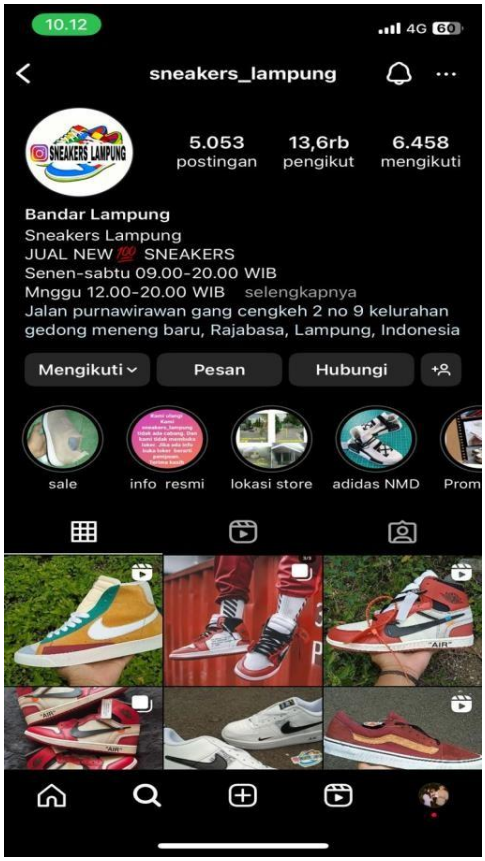
dan menyusun suatu kombinasi yang tepat dari pemasaran agar kebutuhankonsumen dapat dipenuhi secara memuaskan.

Sosial media mengundang siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi komentar dan berbagai informasi secara *public* dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Pengguna sosial media saat ini sangatlah beragam , sosial media pun banyak sekali antara lain *Facebook, Twitter, Youtube*, Instagram dan lain sebagainya.

Dari beberapa media yang digunakan oleh *Sneakers* Lampung untuk mempromosikan produknya yang paling diminati konsumen yaitu promosi pada instagram karena pengikut instagram sudah banyak otomatis dapat lebih mudah diketahui oleh para konsumen. Untuk promosi di *Facebook* kurang efektif karena toko *Sneakers* Lampung ini hanya mengirimkan foto produknya di berbagai grup-grup jual beli sehingga susah untuk di jangkau oleh konsumen karena hal ini dapat hanya sekedar lewat saja di beranda *facebook* karna promosinya tidak tetap seperti di instagram. Lalu promosi menggunakan media Shopee juga tidak efektif karena bagi pemilik toko *Sneakers* Lampung promosi shopee jauh lebih susah dijangkau dibandingkan untuk instagram dan *Facebook*, karena hal itu maka pemilik toko saat ini hanya memfokuskan promosinya lewat instagram saja. Terlebih minat terhadap sepatu semakin meningkat diiringi dengan pengikut dimedia sosial Instagram *Sneakers* Lampung yang terus bertambah.

Gambar 1.2

Akun Instagram Sneakers Lampung



Sumber: instagram *Sneakers* Lampung

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, diluncurkan pada tahun 2010, Instagram menjadi populer karena fokusnya pada visual, filter foto, dan cerita singkat, membuatnya menjadi salah satu platform media sosial terkemuka di seluruh dunia.

Berapa fitur dan keunggulan Instagram dijadikan media iklan yaitu pengguna dapat bersosialisasi dengan pengguna lainnya karena ada fitur *comment* dan *like* yang disediakan disetiap postingan.

Pengguna juga dapat menambahkan hashtag dipostingannya sehingga dapat dilihat lebih banyak pengguna lain diseluruh dunia. Banyak perusahaan yang mulai mengiklankan produknya melalui instagram karena mereka dapat lebih terhubung dengan konsumennya. Terlebih fitur video yang membuat perusahaan dapat lebih menampilkan keunggulan produk mereka dan apa yang menjadi kekuatan *brand* mereka dibandingkan hanya dengan postingan foto yang menjadi kekuatan *brand* mereka dibandingkan hanya dengan postingan foto.

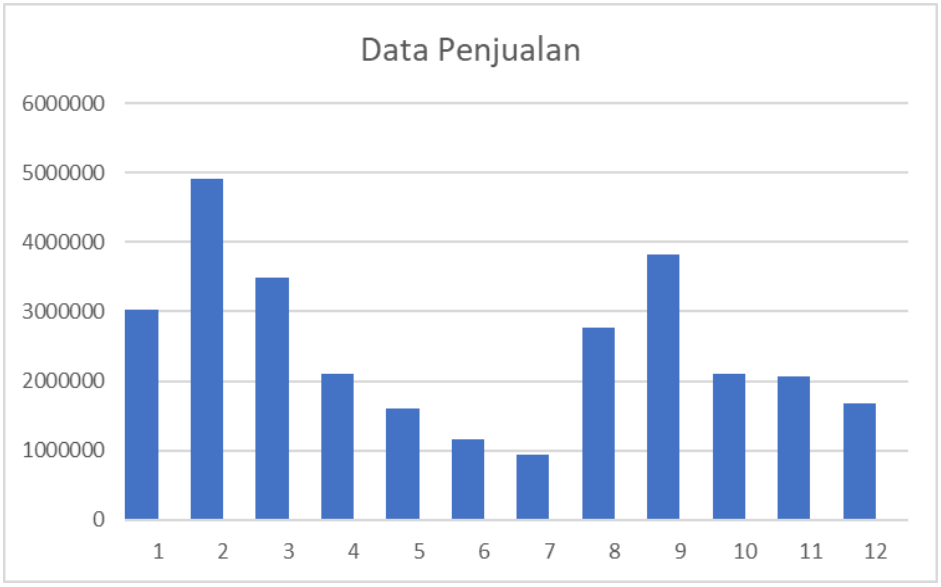
Gambar 1.3
Logo *Sneakers* Lampung

Sumber: *Sneakers* Lampung

Dari gambar diatas menjelaskan bahwa toko *Sneakers* Lampung sudah memiliki logo untuk simbol identitas sebagai ciri khas bahwa produk itu produk yang dijual oleh toko *Sneakers* Lampung, yang banyak diketahui oleh konsumen nya terlebih followers instagram nya. Dengan adanya logo tersebut bisa membedakan produk pada toko ini dengan toko yang lain, kemudian menciptakan kesan yang mudah diingat dan supaya tidak terjadinya kekeliruan dan mempermudahkan para konsumennya jika ingin membeli produk *Sneakers* Lampung.

Gambar 1.4

Data Penjualan Toko *Sneakers* Lampung 2022



Sumber: Toko *Sneakers* Lampung

Gambar diatas adalah data penjualan Toko *Sneakers* Lampung pada tahun 2022 yang mengalami adanya tidak setabil dalam penjualan dengan adanya peningkatan dan penurunan dalam penjualan tersebut. Pada bulan Februari mengalami peningkatan omset yaitu sebesar Rp. 491.400.000 fenomena tersebut karena pada bulan Februari yang bertepatan dengan awal bulan banyak orang yang membutuhkan sepatu sneakers dengan berbagai kegunaanya dan toko *Sneakers* Lampung menyediakan sepatu yang sedang trend saat bulan itu sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk dari toko ini untuk mengikuti trend atau *style* yang sedang ramai saat itu. Sedangkan pada bulan Juli toko Sneakers Lampung mengalami penurunan sebesar Rp. 946.000 karena faktor promosi yang kurang efektif karna *Sneakers* Lampung mulai banyak pesaingnya mulai dari trend trift yaitu toko yang menjual barang-barang bekas atau sepatu bekas *branded* dari kejadian tersebut yang membuat toko *sneakers* lampung kalah saing dengan toko trift atau lokasi yang kurang strategis dan sulit untuk dijangkau oleh konsumen kemudian minim peminatnya sehingga menyebabkan para konsumen akan berfikir lagi dalam melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menurut Assauri dalam artikel Oktarini(2020) adalah proses pengambilan keputusan pembelian yang melibatkan menentukan apa yang akan atau di beli, dan keputusan itu berasal dari tindakan masa lalu yang di dapat dari pelanggan itu sendiri. Pengambilan keputusan salah satu proses penting dalam perilaku

konsumen dan juga sangat penting untuk dipahami oleh pemasar, karena setiap konsumen pasti berbeda dalam membeli suatu produk dan dari sekian banyak konsumen yang berbeda memutuskan pilihan dalam berbagai macam model yang beredar.

Perbedaaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu terletak pada tempat dan variabel yang berbeda. Variabel dan tempat yang berbeda akan memberikan hasil dalam penelitian yang berbeda juga, apalagi masyarakatnya yang berbeda dengan hasil penelitian yang menyatakan adanya faktor negatif atau positif yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Toko Sneakers Lampung karna toko ini sudah menjalankan usahanya mulai dari tahun 2016 kemudian pada tahun covid-19 Toko Sneakers ini mengalami keanjlokan yang sangat parah sekali, tetapi dengan tekad dan usaha lebih keras lagi Toko Sneakers Lampung berhasil mengembangkan lagi usaha untuk meningkatkan penjualan. Tetapi tidak terlalu tinggi untuk tingkat kenaikannya. Meskipun sudah banyak bermunculan toko-toko yang sama dengan menjual produk berbagai macam sepatu *sneakers* yang sama namun toko Sneakers Lampung tidak patah semangat untuk terusmeninggkatkan lagi untuk toko nya kemudian lebih mengikuti trend dengan mengikuti gaya penampilan yang sekarang karena penampilan adalah yang utama. Toko *Sneakers* Lampung lebih mementingkan gaya hidup karena apa yang nyaman di pakai oleh konsumen untuk sehari-hari maupun aktivitas lain, dan juga dengan modelnya yang mengikuti lifestyle yang sekarang maka toko tersebut akan di minati oleh

konsumen dan konsumen akan berfikir jika toko itu menjual produk dengan model yang kekinian dan tidak kuno. Toko *Sneakers* Lampung juga mementingkan akan kualitas produk dengan bahan yang baik dan tahan lama jika kualitas produk baik maka konsumen akan percaya terhadap toko tersebut. Peneliti memilih variabel promosi karena ingin mengetahui seberapa besar variabel promosi pada konsumen dalam melakukan keputusan pembelian Sepatu ditoko *Sneakers* Lampung. Sekarang sudah banyak terutama di kota Bandar Lampung yang menjual sepatu sneakers dengan model yang kekinian serta kualitas yang baik dan harga yang terjangakau, sehingga membuat konsumen yang ingin membeli sepatu mempertimbangkan lagi dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang promosi terhadap keputusan pembelian. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul tentang **"Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di *Sneakers* Lampung".**

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis telah membuat rumusan masalah dalam penelitian proposal skripsi ini, Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko *Sneakers* Lampung?

B. Batasan Masalah

Batasan masalah ini mencakup promosi yang dilakukan *Sneakers* Lampung terhadap keputusan pembelian.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang digunakan dan telah dituliskan diatas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di *Sneakers* Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Berikut ini merupakan manfaat penelitian yang diharapkan penulis,sebagai berikut:

1. Bagi *Sneakers* Lampung

Peneliti diharapkan dapat membantu toko *Sneakers* Lampung dalam menentukan strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Membantu pembaca untuk mengetahui mengenai pengaruh promosi terhadap proses keputusan pembelian dan hasil penelitian ini

dapat digunakan sebagai bahan informasi atau sumbangan pikiran yang bermanfaat untuk para pembaca yang melakukan penelitian pada bidang yang sama.