

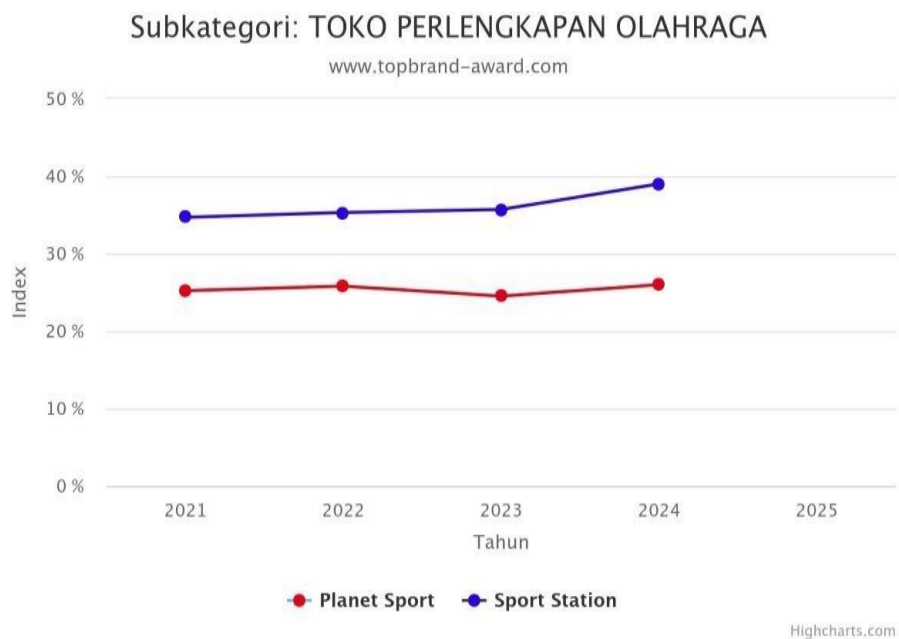
BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor industri olahraga merupakan salah satu bidang yang memiliki peran strategis dalam memainkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Fenomena perkembangan industri olahraga sebagai sektor unggulan dapat diamati di berbagai negara maju, termasuk Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Prancis, Italia, Korea Selatan, dan Tiongkok, di mana sektor ini berkontribusi signifikan sebagai sumber pendapatan devisa. Olahraga juga telah mengalami modernisasi dan dikembangkan menjadi industri yang beroperasi secara global. Industri olahraga tidak hanya menjadi simbol identitas bangsa, tetapi juga memberikan sumbangan nilai tambah yang berarti dalam pembentukan karakter bangsa. Di dalam negeri, perkembangan industri olahraga masih menuntut intervensi dan dukungan aktif dari pemerintah, utamanya dalam rangka mengedukasi publik mengenai besarnya peluang kewirausahaan yang terdapat dalam sektor olahraga. Untuk mendorong perkembangan industri olahraga di Indonesia, diperlukan peran aktif pemerintah dalam menyebarluaskan informasi tentang peluang wirausaha di bidang ini, salah satu contohnya yaitu Sport Station (Ariani, 2023)

Sebagai salah satu jaringan ritel olahraga terkemuka di Indonesia, Sport Station didirikan pada tahun 1995 oleh PT Mitra Adiperkasa Tbk, bertepatan dengan pendirian Golf House. Sport Station kini menjelma sebagai destinasi utama dan pilihan favorit konsumen untuk membeli produk olahraga dan kasual. Keberagaman merek yang diusungnya, yang terdiri dari berbagai merek internasional ternama, menjadi salah satu daya tarik utama. Keunggulan Sport Station terletak pada keberagaman merek yang ditawarkan, termasuk merek-merek ikonik seperti Adidas, Converse, Nike, Puma, Reebok, dan merek terkenal lainnya (Pambudhi, 2020). Saat ini Sport Station telah mempunyai lebih dari 500 gerai di berbagai kota seluruh Indonesia. Dengan konsep ritel khusus Sport Station dapat berkembang lebih pesat lagi mengalahkan para pesaingnya..

Kabupaten Jember terdapat 2 toko resmi, salah satunya berada di Lippo Plaza Jember yang merupakan pusat perbelanjaan terbesar dan terlengkap di Kabupaten Jember. Sebagai toko retail resmi mereka menjamin produk yang dipasarkan semuanya asli.



Gambar 1. 1 Data Perbandingan Top Brand Index

Sumber. Website Top Brand

Data perbandingan diatas, menunjukkan bahwa Sport Station unggul terhadap para pesaingnya. Sebab, Sport Station menerapkan berbagai strategi seperti price bundling untuk meningkatkan penjualan dan *brand image*. Sport Station mengimplementasikan *price bundling* dengan cara menggabungkan beberapa produk olahraga ke dalam satu paket penjualan dengan harga yang lebih murah dibandingkan jika produk tersebut dibeli secara terpisah, dengan begitu dapat memberikan *brand image* yang kuat dimata konsumen. Banyaknya merek yang beredar di pasar memberikan konsumen beragam alternatif dalam melakukan pembelian. Para konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas, merek, atau harga produk, tetapi juga citra yang melekat pada merek tersebut. Dengan pesatnya perkembangan pasar, konsumen cenderung lebih fokus pada citra merek daripada

karakteristik produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan di kalangan konsumen untuk memilih produk yang sudah mereka ketahui melalui pengalaman pribadi atau informasi yang diperoleh dari berbagai sumber (Syafriadi, 2021)

Price bundling merupakan suatu strategi pemasaran yang mengintegrasikan beberapa produk atau layanan ke dalam satu kesatuan paket penawaran, sehingga konsumen dapat memperoleh berbagai produk tersebut secara simultan melalui satu transaksi pembelian (Fitriani Amalia, 2025). Strategi *price bundling* dapat dipahami sebagai salah satu bentuk implementasi strategi pemasaran yang mengedepankan konsep promosi hemat. Melalui penerapan strategi ini, konsumen diberikan kesempatan untuk memperoleh sejumlah produk dalam satu paket dengan harga yang relatif lebih ekonomis dibandingkan dengan pembelian produk secara terpisah (Muryati & Listiana, 2025).

Memperkenalkan serta membangun *brand image* merupakan aspek yang sangat krusial dalam menunjang pertumbuhan dan perkembangan Sport Station di masa mendatang. Pembentukan citra merek yang kuat tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan tingkat pengenalan merek di kalangan konsumen, tetapi juga menjadi fondasi strategis dalam mencapai keberhasilan bisnis yang berkelanjutan serta menjaga eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Putra Rahmat Hidayat, Syafruddin Ritonga, 2020).

Dinamika persaingan industri ritel perlengkapan olahraga yang semakin kompetitif. perusahaan ritel seperti Sport Station dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yaitu *price bundling* dan *brand image* dalam mendorong terjadinya keputusan pembelian. Strategi *price bundling* dinilai dapat meningkatkan persepsi nilai (*value perception*) di mata konsumen, sehingga berpotensi memengaruhi kecenderungan mereka dalam melakukan pembelian produk sepatu olahraga. Di sisi lain, *brand image* pada sport station dikenal sebagai salah satu perusahaan ritel yang berfokus pada penjualan perlengkapan olahraga terlengkap di Indonesia dan dijamin original, namun banyaknya perusahaan ritel baru yang muncul dan menawarkan barang original yang sama menjadi tantangan terbesar bagi sport station dalam mempertahankan dan menjaga keeksistensinya di pasar.

Berdasarkan pada fenomena diatas, maka peneliti akan meneliti dan menganalisis lebih lanjut sejauh mana pengaruh *price bundling* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga di Sport Station Lippo Plaza Jember.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *price bundling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga di Sport Station Lippo Plaza Jember?
2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga di Sport Station Lippo Plaza Jember?
3. Apakah *price bundling* dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Sport Station Lippo Plaza Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *price bundling* terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Sport Station di Lippo Plaza Jember.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga Sport Station di Lippo Plaza Jember.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *price bundling* dan *brand image* yang berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga di Sport Station Lippo Plaza Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi strategis bagi pihak perusahaan, khususnya dalam menerapkan *price bundling* dan pengelolaan *brand image*.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memperkaya referensi dan literatur ilmiah yang relevan, terutama sebagai bahan perbandingan atau rujukan bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya yang meneliti topik serupa pada sektor ritel olahraga maupun industri

lainnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menyediakan diharapkan membantu peneliti berikutnya dalam mengidentifikasi celah penelitian, melakukan pengembangan variabel, memperluas objek kajian, maupun menyempurnakan pendekatan analisis sehingga menghasilkan temuan yang lebih luas dan relevan .