

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan modernisasi saat ini, dunia usaha menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat, khususnya di antara perusahaan yang bergerak di sektor yang sama. Untuk dapat bertahan dan berkembang, perusahaan dituntut untuk selalu adaptif terhadap perubahan yang terjadi di berbagai aspek seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Di samping itu, perusahaan juga harus cermat dalam mengamati dan merespons strategi yang diterapkan oleh para pesaingnya. Ketatnya persaingan ini mendorong setiap perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif guna mempertahankan bahkan memperluas pangsa pasar yang ada.

Persaingan tidak hanya terbatas pada skala nasional, tetapi juga melibatkan perusahaan internasional yang memasuki pasar domestik. Perusahaan harus mampu berinovasi dan terus aktif dalam mengembangkan usahanya untuk dapat merebut peluang di pasar potensial. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri sepatu olahraga. Sepatu terdiri dari berbagai jenis yang dibedakan berdasarkan fungsinya, salah satunya adalah sepatu yang dirancang khusus untuk aktivitas olahraga lari (*Running*). Saat ini, banyak produsen lokal yang telah merilis sepatu lari berkualitas tinggi yang mampu bersaing dengan produk impor. Produk-produk dalam negeri tersebut kini mulai mendapatkan tempat di hati konsumen Indonesia karena kualitas dan desainnya yang tidak kalah dengan merek internasional.

Olahraga sendiri memiliki banyak jenis dengan karakteristik yang berbeda-beda, dan lari merupakan salah satu bentuk olahraga yang paling sering dilakukan secara rutin antara pagi dan sore hari. Lari lebih bersifat *individual* dan dapat dilakukan secara *fleksibel* di berbagai tempat. Akhir-akhir ini olahraga lari telah menjadi salah satu aktivitas fisik yang paling populer di Indonesia. Menurut survei *Populix* tahun 2025, sebanyak 44% responden memilih lari sebagai olahraga favorit, bersepeda (32%), berenang (27%), Gym (26%), Zumba (14%), Pilates (11%), Gymnastic (9%), Poundfit (5%).

Popularitas lari ini didukung oleh kemudahan akses dan *fleksibilitasnya*, sehingga dapat dilakukan oleh berbagai kalangan tanpa memerlukan fasilitas khusus. Dengan semakin meningkatnya minat masyarakat Kabupaten Jember terhadap olahraga lari, permintaan akan sepatu lari yang nyaman dan berkualitas pun semakin tinggi. Sepatu lari yang baik harus

memiliki desain *ergonomis* dan daya tahan yang kuat. Melihat tren ini, banyak distributor sepatu lari di berbagai kota salah satunya distributor toko Hans Sport di Kabupaten Jember, yang menawarkan produk dari merek lokal seperti Nineteen, Ortuseight, dan Ardiles, dimana merek-merek ini terus berinovasi dalam desain guna untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan tahapan penting dalam perilaku konsumen yang mencerminkan tindakan akhir, yaitu konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Jumlah konsumen yang melakukan pembelian terhadap suatu produk akan sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan suatu perusahaan, khususnya dalam hal peningkatan penjualan dan penguasaan pangsa pasar. Proses pengambilan keputusan tersebut tidak berlangsung secara sederhana, karena konsumen sering kali dihadapkan pada beragam pilihan produk yang memiliki keunggulan masing-masing. Kondisi ini menuntut konsumen untuk mempertimbangkan berbagai faktor secara matang sebelum membuat keputusan pembelian.

Kualitas produk merupakan salah satu elemen utama yang membentuk persepsi konsumen terhadap suatu merek atau produk. Menurut Kotler dan Keller (2023), kualitas produk adalah kemampuan produk menjalankan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan atribut bernilai lainnya. Kualitas yang baik tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga melebihi harapan mereka, sehingga menciptakan kepuasan dan loyalitas terhadap merek. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen cenderung mengevaluasi berbagai atribut produk, termasuk bahan dasar, kenyamanan, ketahanan, desain, serta teknologi yang digunakan. Produk dengan kualitas tinggi memberikan rasa percaya diri kepada konsumen bahwa produk tersebut akan memberikan manfaat optimal dan tahan lama, sehingga mengurangi risiko pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian Mahmudah dan Sitorus (2024) yang menyatakan bahwa produk dengan kualitas unggul cenderung lebih mudah diterima oleh konsumen dan memiliki potensi yang lebih besar untuk membangun loyalitas pelanggan. Sebaliknya, kualitas produk yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan, kekecewaan, dan berpindahnya konsumen ke merek pesaing, dengan demikian, pemenuhan standar kualitas yang tinggi merupakan aspek krusial baik bagi keberhasilan perusahaan dalam persaingan pasar maupun bagi terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen.

Harga juga memegang peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk atau jasa tertentu. Dalam artian harga merupakan salah satu aspek utama yang menjadi

perhatian konsumen dalam menentukan apakah mereka akan membeli suatu produk atau tidak. Penetapan harga yang sesuai dengan kondisi pasar akan memberikan dampak signifikan terhadap minat beli konsumen. Produk dengan harga yang terjangkau cenderung lebih menarik bagi konsumen, sehingga strategi harga yang diterapkan perusahaan menjadi kunci dalam mendorong terjadinya pembelian.

Selain kualitas produk dan harga, faktor lain yang turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah promosi. Promosi memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran dan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk. Promosi merupakan serangkaian kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan membujuk konsumen agar tertarik dan membeli terhadap produk yang ditawarkan. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti iklan, *discount*, *endorsement*, media sosial, hingga *event* atau pameran. Melalui promosi yang tepat dan menarik, perusahaan dapat memperkenalkan keunggulan produknya sekaligus membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, yang pada akhirnya dapat mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Berbagai merek lokal sepatu lari seperti Ardiles, Nineteen, dan Mills yang terus bersaing dalam menghadirkan inovasi terbaru dalam produk mereka. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, merek lokal Ortuseight juga mulai menarik perhatian konsumen dengan menawarkan sepatu lari berkualitas tinggi dengan harga yang lebih kompetitif.



Gambar 1.1 Sepatu lari merek Ortuseight
Sumber:official store ortuseight

Pada *Articles online* Mataaksara menunjukkan tabel perbandingan harga sepatu lari merek ortuseight. Sepatu lari Ortuseight dijual selitar Rp 500.000-Rp 700.000, dengan teknologi bantalan EVA foam dan upper mesh breathable sehingga nyaman digunakan untuk aktivitas lari maupun kegiatan sehari hari.

Merek	Contoh Produk	Kisaran Harga
Ortuseight	Hyperblast / Hyperfuse	Rp500.000 – Rp700.000
910 Nineten	Geist Ekiden	± Rp480.000
Ardiles	Nfinity Flash	± Rp579.000
Specs	Coanda	Rp400.000 – Rp600.000

Sumber: Mataaksara

Ortuseight merupakan merek lokal yang diluncurkan di bawah PT. Vita Nova Atletik pada tahun 2018. Ortuseight bergerak dalam industri olahraga dan didukung oleh sejumlah tenaga profesional yang telah memiliki pengalaman puluhan tahun di dunia olahraga Indonesia. Selama ini, pasar olahraga nasional memang lebih banyak didominasi oleh merek-merek asing. Namun, produk Ortuseight mampu bersaing dengan *brand internasional* seperti Adidas, Nike, dan Puma, kualitas produk dari Ortuseight tidak perlu diragukan lagi, sehingga dapat mempertahankan eksistensinya hingga saat ini dan dikenal dengan desain produk yang sangat mencerminkan identitas lokal, menjadikannya memiliki tempat khusus di hati masyarakat Indonesia.

Di Jember, Hans Sport menjadi salah satu toko sepatu olahraga yang menyediakan produk dari Ortuseight. Produk sepatu merek Ortuseight terus melakukan inovasi dalam meningkatkan kualitas produknya melalui penerapan teknologi terbaru serta pengembangan desain yang sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen. Kombinasi antara kenyamanan, estetika desain yang modern, Ortuseight dapat membangun persepsi positif, meningkatkan kesadaran merek, varian model yang beragam dan penggunaan warna yang menarik juga menjadi salah satu strategi perusahaan dalam menciptakan daya tarik emosional serta meningkatkan kepercayaan diri pengguna ketika mengenakan produk tersebut. Adapun data tabel perbandingan teknologi dan fitur dari produk ortuseight.

Merek	Teknologi / Fitur Utama	Keunggulan
Ortuseight	Cumulus Foam, carbon plate, breathable mesh	Bantalan empuk, performa tinggi
910 Nineten	Single mesh upper	Ringan dan breathable
Ardiles	Evoblast insole	Empuk dan stabil
Specs	Teknologi Coanda airflow	Sirkulasi udara baik

Sumber : artikel suara.com

seri *Hypersonic* dari Ortuseight menggunakan carbon plate (Kinetic Blade) yang berfungsi meningkatkan dorongan saat berlari dan membuat performa lari lebih cepat. Ortuseight mampu menawarkan nilai yang tidak kalah bersaing, baik dari sisi fungsional, harga maupun promosi. Strategi tersebut secara langsung ditujukan untuk menarik minat konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian. Dalam konteks penjualan di Toko Hans sport Jember, faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, serta promosi yang dilakukan perusahaan menjadi determinan penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Daftar Data Harga Sepatu Running Pada Toko Hans Sport Jember

No	Nama Sepatu	Tahun Terbit	Harga Terendah	Harga Tertinggi
1.	Ardiles	1950	Rp 350.000	Rp 750.000
2.	Nineteen	2010	Rp 400.000	Rp 650.000
3.	Ortuseight	2018	Rp 300.000	Rp 750.000

Sumber: penelitian 2026

Berdasarkan dari tabel data diatas ada perbedaan antara tahun penerbitan, merek, dan harga, produk dari Ortuseight memiliki harga penjualan yang murah dari produk sepatu Nineten dan Ardiles hal inilah yang akan menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian. Berdasarkan dari sudut *promosi* yang merupakan salah satu unsur sangat penting untuk mendatangkan penghasilan bagi *owner*, penjualan dari produk Ortuseight mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap konsumen.

Sebagai toko yang beroperasi dilingkungan dengan persaingan yang ketat, toko Hans Sport Jember perlu memahami dinamika perilaku konsumen secara mendalam. Terlebih lagi,

masyarakat di Kabupaten Jember cenderung lebih kritis dan selektif dalam memilih suatu produk, terutama kategori *fashion* dan olahraga. Oleh karena itu, penting bagi pihak manajemen untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, harga dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu lari Ortuseight.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lari Merk Ortuseight Pada Hans Sport Jember Di Masyarakat Kabupaten Jember”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Kabupaten Jember?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Kabupaten Jember?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Kabupaten Jember?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi secara besar berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Kabupaten Jember
2. Menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Kabupaten Jember
3. Menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Kabupaten Jember
4. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara besar terhadap keputusan pembelian sepatu lari merk Ortuseight pada Toko Hans Sport di Kabupaten Jember

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak Toko Hans Sport di Kabupaten Jember mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepatu lari merek Ortuseight, khususnya dari aspek kualitas produk, harga, dan promosi. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian konsumen

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.