

# **BAB 1**

## **PEDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman modern sekarang ini, Indonesia salah satu negara yang sedang berkembang dan memiliki penduduk cukup besar jumlahnya serta memiliki sifat yang konsumtif. Selain itu, Indonesia merupakan negara yang dijadikan target dari pemasaran berbagai jenis produk. Munculnya berbagai jenis produk sepatu futsal menjadikan persaingan pasar semakin ketat dan membuat produsen saling berlomba untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen.

Dari satu jenis produk sepatu futsal telah ada banyak merek yang mendominasi produk tersebut seperti spec, nike, adidas dan ortuseight. Produk sepatu futsal tersebut telah dimodifikasi dengan *celebrity endorsment*, kualitas produk, dan citra merek yang bervariasi. Produk adalah bagian dari bauran pemasaran dan salah satu yang tidak luput untuk dimodifikasi sedemikian rupa agar dapat menarik dan mempengaruhi konsumen melakukan pembelian. Maka dari situ, suatu perusahaan dituntut untuk dapat memproduksi suatu produk yang berkualitas sehingga konsumen menjadi puas serta perusahaan harus mampu menciptakan produk yang unik atau berbeda dengan produk lainnya sehingga konsumen dapat dengan mudah membedakan produknya dengan produk lain.

Selain itu, setiap perusahaan atau produsen memiliki tujuan sama yaitu bagaimana caranya supaya produk-produk yang diproduksi dapat diterima oleh konsumen. Suatu perusahaan memproduksi sebuah produk dengan atribut-atribut

yang akan memberikan manfaat atau kegunaan bagi konsumen serta sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Sekarang ini, banyak dijumpai produk sepatu futsal dengan berbagai jenis dan merek. Salah satu konsumen dari produk ini adalah kalangan remaja, karena sepatu futsal saat ini telah digunakan dan dapat dinikmati untuk mempermudah saat bermain futsal.

Atribut produk meliputi merek, kemasan, pelayanan, dan sebagainya. Di dalam penelitian ini akan dilihat atribut-atribut apa saja yang membuat konsumen melakukan pembelian sepatu futsal Specs. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Futsal Specs di Surabaya Barat”.

Pada penelitian sebelumnya, bahasan studi tentang *celebrity endorsement* telah banyak dilakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian Ramadhani dan Prameswara (2020) mengungkapkan bahwa variabel *celebrity endorsement* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian dari Salsabillah, dkk (2021) menyatakan bahwa variabel *celebrity endorsement* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Perbedaan hasil penelitian ini menjadi alasan pemilihan topik mengenai *celebrity endorsement*.

Pada penelitian sebelumnya, bahasan studi tentang kualitas produk telah banyak dilakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian Maiza, dkk (2022) mengungkapkan bahwa

variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan dengan hasil penelitian dari Salsabillah, dkk (2021) menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Perbedaan hasil penelitian ini menjadi alasan pemilihan topik mengenai kualitas produk.

Pada penelitian sebelumnya, bahasan studi tentang citra merek telah banyak dilakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian Zamhuri, dkk (2021) mengungkapkan bahwa variabel citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian dari Ramadhani dan Nadya (2020) menyatakan bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Perbedaan hasil penelitian ini menjadi alasan pemilihan topik mengenai citra merek.

Berdasarkan dari latar belakang diatas peneliti memandang penting untuk di lakukan pnelitian tentang pengaruh celebrity endorsement, kualita produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, maka dari itu penelitian ini berjudul **“PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAPA KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPATU FUTSAL SPECS DI SURABAYA BARAT”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah variable *Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di Surabaya Barat?

2. Apakah variable kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di Surabaya Barat?
3. Apakah variable citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsa; Specs di Surabaya Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk menganalisis variable *Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di Surabaya Barat.
2. Untuk menganalisis variable kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di Surabaya Barat.
3. Untuk menganalisis variable citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk sepatu futsal Specs di Surabaya Barat.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi perusahaan

Penelitian ini ditunjukkan pada objek sepatu futsal Specs untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat bersaing dengan produk atau perusahaan lainnya. Kemudian peneliti berharap besar kepada Specs untuk bisa mengeluarkan produk dengan desain yang menarik dan unik supaya

konsumen bisa membeli produk Specs kembali dan terus bekerja sama dengan *celebrity endorsement* terkenal lainnya.

## 2. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dari penelitian ini agar informasi yang diberikan oleh para pembaca sebagai referensi penelitian selanjutnya dan bahan sebagai pertimbangan bagi peneliti yang akan datang. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variable yang berbeda yang dimana variable peneliti adalah *celebrity endorsement*, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

## 3. Manfaat bagi konsumen

Peneliti berharap kepada konsumen dapat mempertimbangkan dalam memilih produk yang akan dibeli oleh konsumen.

### 1.5 Sistematika Skripsi

Kerangka skripsi ini terbagi menjadi 5 (lima) bab yang dapat disusun secara sistematis sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II: TELAAH PUSTAKA**

Dalam bab ini menguraikan secara garis besar memuat tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai landasan pemikiran dalam pembahasan peneliti. yang

berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dan diuraikan dari penelitian.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, ruang lingkup analisis, populasi dan sampel, identifikasi variable, definisi operasional variable, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, Teknik analisis.

### **BAB IV: PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum berupa subjek penelitian, hasil penelitian. Analisis model atau penguji hipotesis serta pembahasan.

### **BAB V: SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi tentang penyelesaian singkat secara sistematis hipotesis diterima atau ditolak. Dan memberikan rekomendasi atas hasil penelitian yang dilakukan.