

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era ini sepatu bukan hanya sebagai alat sandang, melainkan juga menjadi salah satu unsur kebutuhan dibidang fashion dalam masyarakat. Hal ini membuat para produsen sepatu melihat kebutuhan dan keinginan dari konsumen sebagai peluang dalam menciptakan sebuah bisnis produk. Peluang ini juga dijadikan referensi utama sebelum meluncurkan produk baru. Inovasi dan kreativitas dalam desain dan warna dijadikan factor agar bisa bersaing dengan produk pesaing dan menarik konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

Produk industry sepatu juga sangat kompetitif dalam bentuk, warna, kecanggihan teknologi, dan merek. Merek-merek sepatu yang beredar di pasaran industri olahraga di Indonesia sekarang ini berasal dari berbagai negara diantaranya Amerika, Eropa dan Asia seperti nike banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Tidak ketinggalan juga produk dalam negeri yang banyak digemari diantaranya League, Specs dan Mitre. Setiap merek menawarkan pelayanan tersendiri untuk pelanggannya, sampai penetapan harga yang cukup bersaing sesuai dengan jenis dan segmen pasarnya.

Salah satu perusahaan sepatu yang ternama yaitu Nike berusaha menghasilkan produk yang berkualitas, karena akan menjadikan nilai lebih bagi perusahaan apabila produk output sepatu yang dihasilkan memiliki kualitas yang

baik dengan menggunakan bahan baku serta material bahan yang digunakan berkualitas.

Nike tidak terlepas dari dua tokoh pendiri nike, yaitu Bill Bowerman dan Phill Knight. Awalnya nike hanya memproduksi sepatu lari saja, namun saat ini banyak produk-produk dari nike tidak hanya sepatu lari saja yaitu seperti sepatu Basket, futsal, dan golf. Menurut Bisnis Hack (2014), sepatu nike Indonesia tidak kalah besarnya peminat untuk memilikinya. Selain itu, Nike mempunyai gaya yang berbeda dalam mempromosikan setiap produknya. Selain menggunakan media, mensponsori klub-klub olahraga, membuka tokotoko di pusat perbelanjaan, Nike sering melakukan event olahraga yang secara tidak langsung juga mempromosikan produk-produknya. Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki.

Berikut merupakan data *Top Brand Indeks* Merek Sepatu pada tahun 2018-2019 :

**Tabel 1.1***Top Brand Indeks (TBI) tahun 2018-2019*

<b>TOP BRAND INDEKS</b>					
<b>2018</b>			<b>2019</b>		
<b>MEREK</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>	<b>MEREK</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>
<b>ADIDAS</b>	<b>37,6 PERSEN</b>	<b>TOP</b>	<b>ADIDAS</b>	<b>37,0 PERSEN</b>	<b>TOP</b>
<b>NIKE</b>	<b>25,6 PERSEN</b>	<b>TOP</b>	<b>NIKE</b>	<b>21,1 PERSEN</b>	<b>TOP</b>
<b>REEBOK</b>	<b>62,2 PERSEN</b>		<b>REEBOK</b>	<b>6,3 PERSEN</b>	

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dengan penghargaan *Top Brand Indeks (TBI)* yang menempati tingkat pertama TBI adalah merek sepatu adidas pada tahun 2018 dengan presentase 37,6 persen. Posisi kedua di tempati merek sepatu Nike dengan persentase 25,6 persen. Posisi ketiga di tempati merek reebok dengan persentase 62,2 persen.

Selanjutnya TBI pada tahun 2019 mengalami penurunan persentase tapi kedudukan pertama masih sama seperti 2018 yaitu merek adidas dengan persentase 37,0 persen. Posisi kedua yaitu merek Nike 21,1 persen. Posisi ketiga yaitu reebok 6,3 persen.

Dapat dibandingkan TBI pada tahun 2018-2019 selalu mengalami penurunan persentase, tetapi merek sepatu nike tetap menduduki peringkat kedua di Top Brand Indeks selama 2 dua tahun. Fenomena ini menunjukkan, bahwa sepatu merek Nike menguasai pasar sepatu olahraga di Indonesia.

Kualitas Produk merupakan suatu hal yang dimiliki sebuah produk atau jasa. Sebagai seorang muslim yang baik di haruskan memakai dan menggunakan produk yang baik dan halal (hallan toyyibah) dan dilarang untuk menggunakan

barang haram baik yang didapat dengan cara yang tidak halal, begitupun dengan pedagang yang seharusnya memberikan produk dengan kualitas terbaik demi kepuasan konsumennya seperti yang telah di contohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Sesuai dengan firman Allah dibawah ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتٍ مَّا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ (٨٧)

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”* ( QS. Al-Maaidah (87):120)

Ayat di atas menjelaskan bahwa suatu produk harus membawa manfaat, masalah dan kebaikan, suatu produk harus terhindar dari masalah-masalah negatif, merusak lingkungan, kebisingan maupun gangguan lainnya dan suatu produk harus mendasarkan pada kebutuhan material dan spiritual.

Keputusan pembelian konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai, dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indicator kualitas, tetapi juga sebagai indicator biaya yang dikeluarkan untuk ditukar dengan model produk atau manfaat produk menciptakan merek memang merupakan salah satu cara perusahaan agar produknya dikenal dan digunakan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian

tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Kepuasan merupakan salah satu unsur utama dalam upaya untuk mempertahankan konsumen yang telah lama maupun untuk menarik konsumen yang baru. Kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk.

Rasa puas yang dimiliki pelanggan sepatu nike karena ada rasa kecocokan terhadap sepatu yang didapatkannya. Menurut Kotler (2009) mengatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak merasa puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka konsumen akan merasa puas. Jika konsumen merasa puas akan *performance* suatu merek maka akan membeli terus merek tersebut, menggunakannya bahkan memberitahukan pada orang lain akan kelebihan merek tersebut berdasarkan pengalaman konsumen dalam memakai merek tersebut. Hal ini didukung oleh tingkat kepuasan pelanggan tergantung moto produk, produk yang bermutu merupakan suatu produk yang memenuhi kebutuhan para konsumennya (Supranto 2011).

Dilihat dari perspektif Islam, kualitas produk merupakan suatu unsur yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam menciptakan suatu produk. Islam

telah mengajarkan bahwa dalam menciptakan kualitas produk haruslah yang bermanfaat bagi banyak umat manusia. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dilakukan sebelum melakukan pembelian. Islam telah menjelaskan bahwa keputusan yang baik yang telah diajarkan oleh Allah SWT adalah dengan melakukan musyawarah terlebih dahulu, karena dengan bermusyawarah dapat menghasilkan sesuatu yang baik dan dapat dipercaya. Kepuasan pelanggan sebagai bentuk rasa puas terhadap barang atau jasa yang telah didapatnya. Di dalam Islam seorang muslim ketika merasa puas atas barang dan jasa yang didapatnya haruslah berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan dan juga kehalalan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI SUDUT PANDANG ISLAM (Studi Pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI 2016)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki. keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang

kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual. Keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nike melalui kepuasan pelanggan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekstension Universitas Yarsi 2016?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nike pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekstension Universitas Yarsi 2016?
3. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan Nike pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekstension Universitas Yarsi 2016?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Nike pada mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekstension Universitas Yarsi 2016?
5. Bagaimana pandangan islam mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nike melalui kepuasan pelanggan ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan Nike.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nike.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan Nike.
4. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan Nike.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan Nike
6. Untuk mengetahui pandangan islam mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nike.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

- 1 Manfaat bagi ilmu pengetahuan :

Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran.

- 2 Manfaat bagi penulis :

Sebagai media untuk menguji kemampuan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah khususnya dibidang pemasaran.