

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing didalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat timbulnya persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler 2010:9).

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta menyalurkan gagasan barang dan jasa untuk mendapatkan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dalam organisasi (Kotler & Keller 2010:27).

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam kepuasan konsumen barang atau jasa. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini adalah kualitas dan *endorse* yang dapat menciptakan minat konsumen. Kualitas dan *endorsement* memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk atau menggunakan jasa, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa. Salah satu

keputusan yang sulit di hadapi suatu perusahaan adalah menciptakan kualitas produk yang baik. Banyak pesaing yang juga memiliki kualitas produk yang baik, menjadikan perusahaan harus selalu berinovasi dalam memberikan kualitas produknya yang terbaik.

Salah satu bisnis *modern* di Indonesia yang telah mengalami perkembangan adalah industri olahraga, hal ini karena industri olahraga merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Industri olahraga menyentuh hampir seluruh elemen masyarakat; dewasa, remaja hingga yang anak-anak sekali pun turut berkontribusi dalam perkembangan olahraga di Indonesia.

Salah satu cabang olahraga di Indonesia memiliki perkembangan yang pesat dan membanggakan ialah futsal. Futsal Indonesia berada di peringkat 50 di dunia (Sumber: <https://www.futsalworldranking.be/rank.htm>) dan peringkat 10 di Asia (Sumber: [https://www.futsalworldranking.be/afc\\_2.htm](https://www.futsalworldranking.be/afc_2.htm)). Pada tahun 2019 futsal Indonesia menjadi *runner-up* di AFF Futsal Championship (Sumber: <https://bolalob.com/read/128817/inilah-prestasi-indonesia-sepanjang-gelaran-aff-futsal-championship>).

Salah satu produk olahraga keluaran Indonesia yang digunakan oleh para atlet Tim Nasional futsal Indonesia ialah Specs Indonesia. Sejarah di dunia olahraga futsal, Specs mulai merambah masuk ke dunia olahraga futsal ketika mereka mensponsori tim Elektrik PLN pada tahun 2007, yang menjuarai Liga Futsal Indonesia. Disisi lain, specs juga melebarkan sayap distribusinya ke negara-negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura pada tahun yang sama dan hingga kini, sudah belasan atlet nasional dari cabang sepak bola dan futsal

terpampang sebagai *brand ambassador* (Sumber: <https://futsalzoneindonesia.com/specs-futsal-dan-sejarahny/>).

Sebuah perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitornya harus memiliki kualitas produk yang baik. Kualitas produk yang baik selalu memiliki inovasi pada setiap produk yang di keluarkannya. Sepatu specs Indonesia memiliki inovasi pada produk yang di keluarkannya. Dan sepatu futsal specs memiliki kemajuan atau inovasi baru dalam produknya dengan memanfaatkan teknologi untuk membuat produknya nyaman dan aman dipakai.

Berikut ini adalah data penjualan pada Toko X untuk penjualan sepatu futsal specs dari bulan September 2019 sampai dengan Desember 2019:

Penjualan Sepatu Specs tahun 2019 Sep-Des	
Bulan	Penjualan
September	31
Oktober	37
November	28
Desember	23

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu, konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil. Hal ini disandarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Sebagaimana tertuang dalam Surat Al-Imran ayat 159 berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (Q.S. Al-Imran (3) : 159)

Sebelum memutuskan untuk membeli produk hendaknya konsumen mengetahui terlebih dahulu kebutuhannya. Sehingga paham produk seperti apa yang dapat menyelesaikan kebutuhan tersebut. Selanjutnya, adalah hendaknya terlebih dahulu konsumen mencari informasi apakah produk tersebut baik atau tidak, serta apakah produk tersebut halal atau tidak untuk dikonsumsi. Hal inilah yang menjadi alasan betapa pentingnya mencari informasi terkait suatu produk.

Pentingnya untuk memilih produk yang halal juga dijelaskan dalam beberapa surat di dalam Al-Qur’an. Seperti yang terkandung dalam Surat Al-Baqarah ayat 168, yakni:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ ۙ ١٦٨

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah (2) 168)

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa penting bagi umat Islam untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal. Halal disini tidak hanya dari segi bahan yang terkandung, melainkan dari segi pengolahan serta cara mendapatkannya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan membahasnya dalam bentuk skripsi dengan judul:

**“Pengaruh Kualitas Produk dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemoderasi Serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Futsal Specs Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *endorsement* terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Futsal Specs Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen produk Sepatu Futsal Specs Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Sepatu Futsal Specs Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh *endorsement* terhadap kepuasan konsumen produk Sepatu Futsal Specs Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian sebagai variabel pemoderasi sepatu futsal specs Indonesia?

7. Bagaimana pengaruh *endorsement* terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian sebagai variabel pemoderasi sepatu futsal specs Indonesia?
8. Bagaimana kualitas produk, *endorsement*, kepuasan konsumen dan keputusan pembelian dalam sudut pandang islam?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sebagaimana telah dijelaskan pada pertanyaan penelitian, penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh kualitas produk dan *endorsement* terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian sebagai variabel pemoderasi. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Sepatu Futsal Specs Indonesia.
2. Menguji dan mengetahui pengaruh *endorsement* terhadap keputusan pembelian pada produk Sepatu Futsal Specs Indonesia.
3. Menguji dan mengetahui pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen pada produk Sepatu Futsal Specs Indonesia.
4. Menguji dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Sepatu Futsal Specs Indonesia.
5. Menguji dan mengetahui pengaruh *endorsement* terhadap kepuasan konsumen pada produk Sepatu Futsal Specs Indonesia.
6. Menguji dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian sebagai variabel pemoderasi pada produk Sepatu Futsal Specs Indonesia.

7. Menguji dan mengetahui pengaruh *endorsement* terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian sebagai variabel pemoderasi pada produk Sepatu Futsal Specs Indonesia.
8. Mengetahui pandangan Islam tentang kualitas produk, *endorsement*, kepuasan konsumen dan keputusan pembelian produk pada Sepatu Futsal Specs Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kualitas produk *endorsement* terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian sebagai variabel pemoderasi.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh peneliti lain yang melakukan penelitian di bidang yang sejenis dan masalah yang sama di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan atau Investor

Hasil penelitian ini akan memberikan informasi, masukan serta pemikiran pada pihak perusahaan atau investor untuk menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu pengaruh kualitas produk dan *endorsement* terhadap kepuasan konsumen dan keputusan pembelian sebagai variabel pemoderasi.