BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan usaha di era globalisasi ini semakin meningkat. Hal ini mengakibatkan persaingan semakin banyak dan ketat. Berbagai dunia usaha juga bermunculan dalam menghadapi persaingan. Beragam macam produk yang ditawarkan sekarang dipasaran saat ini, dari mulai pakaian, tas, jam tangan, sepatu dan produk lainnya membuat dunia fashion semakin ramai

Kebutuhan sepatu pada zaman sekarang terus meningkat. Dan produk sepatu menjadi salah satu usaha yang tidak pernah mengalami kelesuan. Peningkatan usaha sepatu membuat persaingan yang terjadi semakin tinggi. Sebagai akibatnya sekarang banyak bermunculannya berbagai merek-merek sepatu lokal maupun dari luar.

Berbagai merek sepatu dengan kualitasnya masing-masing saling berlomba-lomba agar dipilih konsumennya. Dari sekian merek yang ada dipasaran masing-masing merek akan di persepsikan secara berbeda oleh konsumen. Peranan merek bukan lagi sekedar nama ataupun pembeda dari merek pesaing, lebih dari itu merek sudah menjadi faktor penentu keunggulan bersaing.

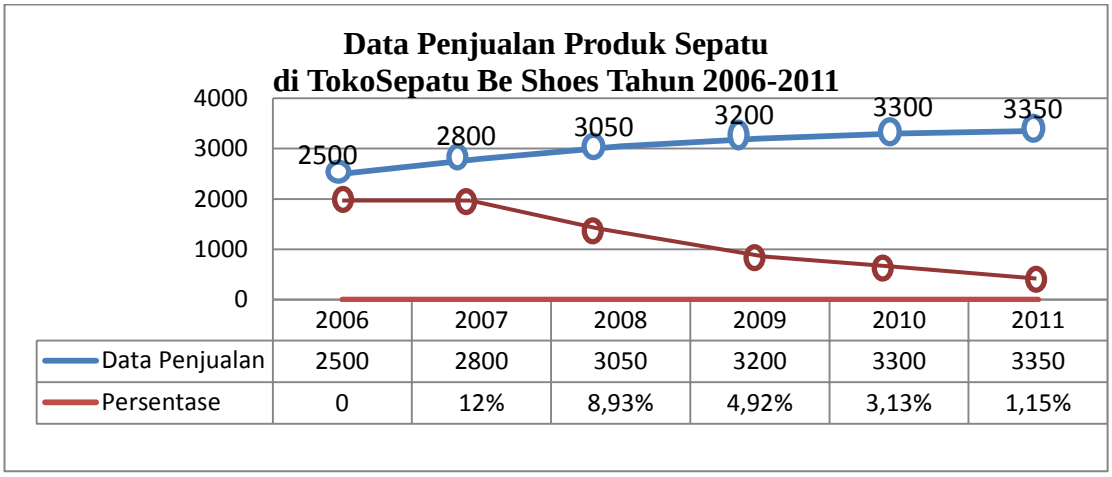
Persaingan yang semakin meningkat membuat usaha sepatu ini mempunyai banyak pesaing. Sehingga setiap perusahaan harus berlomba-lomba agar produknya bisa di pilih oleh konsumen. Selain itu sekarang banyak sekali merek-

merek sepatu yang sudah unggul dan di kenal oleh masyarakat. Kondisi ini mengharuskan perusahaan melakukan perbaikan agar produknya bisa unggul.

Disadari atau tidak merek itu sangat penting fungsinya bagi sebuah perusahaan. Karena pada dasrnya merek merupakan faktor penting yang menyebabkan keputusan pembelian. Sehingga apabila perusahaan mampu meningkatkan ekuitas merek, maka merek tersebut akan mendorong konsumen untuk melalukan keputusan pembelian. Sehingga ekuitas merek tersebut mampu membawa perusahaan di tengah persaingan yang semakin tajam. Menurut Arianis Chan dalam penelitiannya (2010:52) mengungkapkan bahwa ekuitas merek berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian.

Be Shoes adalah salah satu produk sepatu yang berada di Cibaduyut Bandung. Toko sepatu Be Shoes adalah perusahaan swasta yang menjual berbagai macam sepatu khususnya sepatu wanita. Toko sepatu Be Shoes didirikan pada Tahun 2006 yang berlokasi di Cibaduyut Bandung.

Berikut ini merupakan total sepatu yang terjual dari awal pendirian perusahaan hingga tahun 2011 di Toko Sepatu Be Shoes yang bertempat di Cibaduyut Bandung.



	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Data Penjualan	2500	2800	3050	3200	3300	3350
Persentase	0	12%	8,93%	4,92%	3,13%	1,15%

Gambar 1.1
Grafik Data Penjualan Produk Sepatu Di Toko Sepatu Be Shoes Tahun 2006-2011

Berdasarkan dari data grafik di atas dapat diketahui bahwa total penjualan sepatu tahun 2006 hingga 2011 terus mengalami kenaikan , namun pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun cenderung menurun. Hal ini menujukan indikasi keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu Be Shoes cenderung menurun.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yana sebagai pemilik Toko sepatu Be Shoes. Nama Be Shoes di ambil agar konsumen lebih mudah mengingat merek itu. Selain itu Be Shoes mempunyai nama yang terkesan unik simple dan berbeda dengan yang lain. Namun berdasarkan hasil survey kepada 30 konsumen, ternyata 40% mengatakan merek Be Shoes dikenal dan sisanya 60% mengatakan tidak mengenal merek Be Shoes. Selain itu 45% menyatakan nama Be Shoes mudah di ingat dan 55% konsumen menyatakan bahwa nama Be Shoes sulit untuk diingat. Hal ini menunjukan indikasi bahwa ekuitas merek sepatu Be Shoes belum tinggi.

Salah satu cara untuk mendorong keputusan pembelian dan meningkatkan ekuitas merek perlu merancang strategi pemasaran. Berbagai strategi dapat dilakukan oleh perusahaan salah satunya adalah promosi penjualan. Menurut Rangsan Nochai and Titida Nochai dalam penelitiannya (2011:130) menunjukkan bahwa faktor promosi penjualan adalah faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Begitu juga Be Shoes yang selalu berupaya melakukan strategi untuk mendorong melakukan pembelian. Strategi yang selalu dilakukan sejak berdiri selama kurang lebih 6 tahun yaitu promosi penjualan. Bentuk promosi yang dilakukan adalah potongan harga, garansi dan pajangan.

Berdasarkan hasil survei awal kepada 30 konsumen tersebut diatas promosi penjualan di toko sepatu Be Shoes. Bahwa 40% konsumen menyatakan promosi penjualan (potongan harga) yang dilakukan cukup menarik dan 60% menyatakan tidak menarik. Selain itu mereka menyatakan promosi penjualan (garansi) 35% menyatakan mampu mendorong orang ingin membeli dan 65% sianya tidak ingin membeli.Hal ini menujukan bahwa promosi penjualan yang dilakukan perusahaan belum optimal untuk mendorong keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Persaingan bisnis penjualan sepatu semakin ketat. Dan perusahaan sepatu berlomba-lomba dalam menarik konsumennya sehingga mau membeli produknya. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa keputusan orang membeli produk sepatu Be Shoes cenderung mengalami penurunan. Hal ini adanya indikasi ekuitas merek sepatu Be Shoes belum kuat. Selain itu perusahaan melakukan stratgei promosi penjualan hanya saja promosi penjualan yang dilakukan belum optimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian dalam latar belakang penelitian dan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden tentang ekuitas merek pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.
2. Bagaimna tanggapan responden tentang promosi penjualan pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh ekuitas merek dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitaian

Maksud dari penelitian ini adalah untu memperoleh data dan berbagai informasi yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh ekuitas merek dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada toko sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung. Selain itu aksud dari penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi sesuai dengan topik yang di ambil dengan cara menganalisis masalah tersebut, yang khusunya mengenai data dan informasi tentang pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang ekuitas merek pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang promosi penjualan Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.
3. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Sepatu Be Shoes Cibaduyut Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian dan pengumpulan data-data kemudian dituangkan dalam bentuk penelitian ini, adapun sebagai manfaatnya yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis

   Kegunaan yang diharapkan adalah menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran terutama tentang ekuitas merek dan promosi penjualan.

2. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan ekuitas merek dan strategi pemasaran seperti promosi penjualan untuk menciptakan kputusan pembelian. Sehingga target yang diharapkan oleh perusahaan bisa tercapai.

3. Bagi Pihak Lain

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan dan bahan untuk referensi yang berkaitan tentang informasi pengaruh ekuitas merek dan promosi penjualan sehingga dapat digunakan untuk semua pihak.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah sumbangan informasi ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran, serta diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan perbandingan antara ilmu pengetahuan yang didapat

pada saat perkuliahan (teori) dengan implementasi langsung terhadap keadaan yang terjadi di lapangan (praktek) sehingga dengan adanya perbandingan tersebut akan lebih memajukan ilmu manajemen pemasaran yang sudah ada.

2. Bagi Peneliti Lain

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan serta dapat dijadikan pengkajian bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut dalam kajian yang sama sekaligus dapat dijadikan sebagai referensi didalam penulisan tugas akhir.

3. Bagi Penulis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan serta informasi tentang manajemen pemasara terutama tentang ekuitas merek, promosi penjualan dan kepuusan pembelian

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Perusahaan Sepatu Be Shoes yang beralamat di Jl. Raya Cibaduyut Gg. Mamaja no 27 Kecamatan Bojongloa Kidul Kelurahan Cibaduyut, Bandung. Penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai Agustus 2012, jadwal penelitian terlihat seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Rancangan dan waktu penelitian

No	Rancangan Penelitian	Bulan					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Penyusunan UP						
2	Pengumpulan data						
3	Pengolahan dan analisis data						
4	Penulisan laporan						
5	Sidang						