

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan industri terutama yang berkaitan dengan produk sandal kian semarak di wilayah Indonesia. Hal ini terbukti dengan banyaknya merek-merek sandal di toko diantaranya adalah sandal merek kasogi, carvil, ardiles, dan lain-lain. Dengan semakin banyaknya merek sandal dipasaran tersebut maka para konsumen dituntut untuk dapat memilih dan membuat keputusan dalam pembelian terhadap salah satu merek sandal yang ada. Sedangkan bagi produsen yang memproduksi sandal juga dituntut untuk mengetahui keinginan dari konsumen baik bentuk atau modelnya, warna dari sandal sehingga mempunyai nilai tambah tersendiri. Perubahan atau *inovasi* terhadap produk terutama sandal tiap waktu tertentu selalu dilakukan oleh produsen, yang terlebih dahulu mereka harus mengadakan penelitian mengenai perilaku dan selera konsumen. Sehingga setiap peluncuran model baru pada produk sandal ardiles yang menjadi objek dalam penelitian ini telah melalui penyeleksian cukup rutin agar sandal ardiles senantiasa tetap diminati baik oleh anak-anak, remaja sampai pada kaum manula atau lanjut usia.

Persaingan yang terjadi antara beberapa merek sandal yang ada selalu menawarkan berbagai bentuk pada konsumennya yaitu harga yang lebih rendah namun kualitas yang ditawarkan masih baik dan memberikan banyak pilihan model baru juga

memiliki berbagai macam fungsi misalnya berfungsi hanya untuk jalan santai, ada yang dapat membantu konsumen yang menyukai hobby mendaki gunung atau sandal yang bisa dipakai pada acara-acara khusus. Disamping itu toko yang menjual produk sandal biasanya pada waktu tertentu seperti menjelang hari natal, lebaran, tahun baru memberikan diskon atau potongan harga atau undian-undian yang berhadiah menarik sehingga para konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jadi persaingan yang terjadi baik antara toko penjual maupun produsen yang memproduksi sandal harus terus menerus melakukan terobosan baru agar konsumen atau pelanggan mereka tidak berpindah ke tempat lain atau produk lain. Apabila perusahaan tersebut mampu menanamkan image atau perasaan bahwa tidak akan merasa nyaman jika tidak memakai sandal merek ardiles. Sehingga kekhawatiran produsen bahwa konsumen akan beralih ke sandal merek lain tidak akan pernah terjadi. Segi positif dengan bermunculannya merek-merek baru dipasaran bisa menjadi tolak ukur bagi perusahaan terhadap keberhasilan yang telah dicapai perusahaan selama ini dan perusahaan akan terus melakukan perubahan-perubahan baru dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sehingga periklanan atau promosi melalui berbagai macam media baik media elektronik maupun media massa memiliki peran cukup penting didalam memperkenalkan produk-produk baru yang diproduksi perusahaan kepada lapisan masyarakat.

Namun sejauh ini yang telah terjadi perlu diadakan penelitian terhadap bagaimana cara memilih suatu produk yaitu sandal sampai pada akhirnya memutuskan

untuk membeli produk tersebut khususnya para konsumen yang ada di Surabaya. Apakah mereka memilih karena didasarkan atas motif rasional atau motif emosionalnya. Sehingga dapat membantu perusahaan sandal ardiles terutama dalam memajukan perkembangan produknya yaitu dengan melakukan penyempurnaan produk yang dirasakan lebih diminati konsumen sandal ardiles dan dapat terus eksis dipasaran meskipun bertambah banyak pesaing yang memproduksi jenis produk yang sama.

## **1.2. PERUMUSAN MASALAH**

Banyaknya merek sandal yang berada dipasaran menyebabkan konsumen mempunyai banyak pilihan dan variasi serta semakin selektif pula didalam menentukan pilihannya. Oleh karena itu perlu adanya pemahaman terhadap perilaku konsumen dengan melihat motif pembelian yaitu motif rasional dan motif emosional yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Dari uraian diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara motif rasional dan motif emosional secara serentak terhadap keputusan pembeli pada sandal ardiles di Surabaya?
2. Diantara motif rasional dan motif emosional manakah pengaruhnya paling dominan terhadap keputusan pembelian pada sandal ardiles di Surabaya?

## **1.3. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan yang ingin dicapai dari penyusunan skripsi ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara motif rasional dan motif emosional secara serentak terhadap keputusan pembelian pada sandal ardiles di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh mana yang paling dominan motif rasional atau motif emosional terhadap keputusan pembelian sandal ardiles di Surabaya.

#### **1.4. MANFAAT PENELITIAN**

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi Penulis**

Sebagai bahan perbandingan antara ilmu pengetahuan dan teori-teori yang telah didapatkan di bangku kuliah dengan praktek yang di jumpai di masyarakat.

##### **2. Bagi PT. SS Utama**

Sebagai bahan masukan yang berguna bagi pimpinan perusahaan untuk memahami apa yang sebenarnya yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya.

##### **3. Bagi Masyarakat**

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan, dan oleh pihak-pihak lain yang ingin mendalami.

## 1.5. SISTEMATIKA SKRIPSI

Untuk Mempermudah serta memperjelas pembahasan masalah yang dihadapi serta pemecahannya yang diuraikan dalam skripsi ini, maka penulisan ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

### BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan dari apa yang akan dibahas dalam bab berikutnya, meliputi latar belakang masalah yang menggambarkan permasalahan sehingga dapat merumuskan masalah tersebut. Disamping itu ada bagian mengenai tujuan dan manfaat penelitian yang menjadi kerangka dasar dalam penelitian ini serta sistematika skripsi.

### BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Mengemukakan mengenai, penelitian terdahulu, landasan teori yang memberikan uraian tentang pengertian perilaku konsumen, motivasi, motif, motif rasional dan motif emosional, keputusan pembelian, juga hubungan motif rasional dan motif emosional dengan keputusan pembelian. Selain itu juga dibahas hipotesis dan model analisis.

### BAB 3 : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data,

pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, serta populasi, sampel dan teknik pengumpulan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data, juga prosedur pengujian hipotesis.

#### **BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini dibahas mengenai gambaran umum obyek yang akan diteliti, deskripsi data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan penutup dari skripsi, berisi simpulan dari uraian-uraian bab sebelumnya dan saran-saran yang mungkin berguna bagi perusahaan.

