

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan fashion saat ini sangat pesat diberbagai kalangan. Masyarakat pada jaman sekarang tidak mau ketinggalan jaman terkait dengan fashion, salah satunya alas kaki. Alas kaki berjenis sepatu merupakan jenis produk fashion kedua yang disukai masyarakat setelah baju. Hal ini sejalan dengan data sebagai berikut.

**Tabel 1. 1 Produk Yang Sering Dibeli Orang Indonesia**

| <b>No</b> | <b>Jenis Produk</b> | <b>Presentase</b> |
|-----------|---------------------|-------------------|
| 1.        | Pakaian             | 76%               |
| 2.        | Sepatu              | 69%               |
| 3.        | Elektronik          | 64%               |
| 4.        | Makanan dan Minuman | 57%               |
| 5.        | Kosmetik            | 45%               |

Sumber : Data.tempo.co

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat produk sepatu pada urutan kedua setelah pakaian dengan presentase yang tidak jauh juga dari produk pakaian yaitu sebesar 69%, urutan ketiga terdapat produk elektronik dengan presentase sebesar 64%, pada urutan keempat terdapat produk makanan dan minuman dengan presentase yaitu sebesar 57%, selanjutnya pada urutan terakhir terdapat produk kosmetik dengan pesentase sebesar 45%. Jika dilihat dari data tersebut, produk sepatu memang lengket dengan produk pakaian. Hal ini merupakan suatu kelengkapan yang perlu digunakan bersamaan dalam fashion.

Dalam artikel yang dibuat oleh kemenperin.go.id pada tahun 2019 mengungkapkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara yang masuk dalam peringkat 4 besar sebagai produsen alas kaki dunia di bawah negara

Tiongkok, India, dan Vietnam. Pada tahun 2018, Indonesia memproduksi sebanyak 1,41 miliar pasang sepatu yang berarti bahwa Indonesia berkontribusi terhadap total produksi dunia sebesar 4,6%. Hal tersebut juga menjadikan masyarakat Indonesia sendiri lebih konsumtif untuk mengenakan sepatu.

Keputusan pembelian yang tinggi akan sebuah produk sepatu dapat dipengaruhi oleh berbagai penyebab. Keputusan pembelian adalah proses yang berawal dari saat konsumen mulai mengenal masalahnya, lalu mencari informasi tentang suatu produk dan mengevaluasi produk tersebut, seberapa penting dan baiknya masing-masing pilihan untuk dapat memecahkan masalahnya, sehingga kemudian tertuju pada keputusan pembelian (Eka & Utomo, 2021). Selain itu keputusan pembelian juga dapat diukur oleh indikator kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, dan memberikan rekomendasi kepada orang lain (Kotler & Keller K.L, 2012). Membeli merek yang paling disukai dan yang akan dibeli merupakan hal umum dalam keputusan pembelian (Sunarto, 2015). Oleh sebab itu setiap perusahaan yang memproduksi sepatu harus mempunyai daya saing dan mempunyai daya tarik yang tinggi untuk menarik konsumen.

Kualitas produk menjadi pusat perhatian yang sangat penting dalam menciptakan suatu produk (Eka & Utomo, 2021). Perusahaan berupaya untuk memproduksi produk dengan kualitas yang tinggi untuk memuaskan pelanggan dan akan memasarkan produk yang dibuat untuk tetap bisa bertahan dan bersaing dengan produk lainnya yang memiliki kualitas produk yang berbeda-beda (Sunarto, 2015). Produk yang berkualitas dapat menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan sepatu yang ditawarkan oleh para home industri. Karena kualitas merupakan arti yang sangat penting dalam proses keputusan

pembelian (Eka & Utomo, 2021).

Kualitas produk disini merupakan ukuran tahan lamanya suatu produk, kenyamanan, ketepatan produk, dll (Sunarto, 2015). Sedangkan menurut Menurut Tjiptono (2001) indikator dari kualitas produk yaitu : Keandalan (Realibility) yang dapat diartikan kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional, daya tahan (Durability) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis dan yang ketiga Estetika (Esthetica) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi.

Seluruh perusahaan akan berusaha untuk membuat konsumennya tertarik dengan membuat produk yang berkualitas serta desain yang menarik yang disesuaikan dengan karakter dari konsumen, dari hal tersebutlah konsumen akan melihat desain dan merasakan kualitas pada produk tersebut (Sunarto, 2015). Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik atau sesuai dengan keinginannya, maka konsumen akan tertarik untuk memutuskan membeli produk tersebut, sebaliknya apabila kualitas produk yang dijual itu buruk atau tidak sesuai dengan apa yang diinginkannya, maka konsumen dengan keputusan untuk membeli produk tersebut cenderung rendah dan bisa saja konsumen akan beralih pada produk sejenis yang lain.

Selain kualitas produk, harga juga berperan penting dalam keputusan pembelian konsumen. Menurut Fure et al (2015) Harga adalah unsur penentu dalam perusahaan mendapatkan laba. Selain itu juga Fure et al (2015) mengungkapkan bahwa harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-

kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Semakin lama seorang pelanggan bertahan pada suatu perusahaan, semakin berharga pelanggan tersebut. Menurut Kotler & Amstron (2008) indikator dari harga dapat diukur dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu mencari keuntungan dan berusaha untuk mempertahankan bisnisnya supaya selalu berkembang diantara para pesaingnya (Saputri, *et al* 2021). Dengan semakin pesatnya persaingan, yang juga semakin banyak pula produk yang ditawarkan di pasar, maka perusahaan harus lebih menekankan pada segi harga (Eka & Utomo, 2021). Terkadang banyak masyarakat yang berprinsip bahwa jika dengan harga yang murah sudah mendapatkan produk yang diinginkan kenapa harus membeli produk yang diinginkan dengan harga yang mahal.

Alma (2011) mendefinisikan bahwa Harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2008) mendefinisikan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan pada pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kualitas produk dan harga memang penting dalam keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk atau jasa. Namun kedua hal tersebut tidak akan bertahan lama jika kepercayaan konsumen akan sebuah produk tersebut tidak ada. Menurut Morgan & Hunt (1994) kepercayaan pelanggan (*customer trust*) dapat mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi komitmen dan loyalitas pelanggan. Pelanggan dapat melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk jika pelanggan memiliki kepercayaan penuh terhadap suatu produk dan jasa tersebut. Kepercayaan sepenuhnya tergantung pada hubungan dua belah pihak tidak hanya satu pihak. Kepercayaan dapat menjadikan konsumen merasa lebih aman dalam berbagi keinginan pribadi. Kepercayaan dapat diukur dengan indikator kredibilitas, keandalan penjual, kejujuran, dan citra penjual (Hardiawan, 2013)

Mojokerto merupakan Kabupaten yang terkenal dengan pengrajin sepatu. Terdapat berbagai macam jenis sepatu yang diproduksi di Kabupaten Mojokerto mulai dari sepatu formal hingga sepatu santai. Bahan yang digunakan dalam pembuatan sepatu di Kabupaten Mojokerto juga beragam mulai dari bahan karet hingga bahan kulit hewan asli. kebutuhan masyarakat terhadap sepatu sebagai pemenuh kebutuhan maupun keinginan yang tinggi menjadikan masyarakat memilih alternatif lain untuk tetap bisa mengenakan sepatu tanpa harus mengeluarkan uang dalam jumlah besar. Harga yang ditawarkan oleh sepatu Kabupaten Mojokerto cukup terjangkau dibandingkan dengan harga produk buatan luar Mojokerto. Hal tersebut karena penjualan sepatu di Kabupaten Mojokerto merupakan penjualan dari tangan pertama atau dari pembuatnya langsung.

Sepatu buatan Mojokerto cenderung lebih murah dibandingkan dengan

produk buatan luar Mojokerto, seperti produk sepatu luar negeri yang terjual di Mojokerto yaitu Kickers, Bata yang dijelaskan dalam jurnal (Damanik, 2018) dan juga sepatu brand lokal Indonesia namun bukan buatan Mojokerto seperti Hipzo, Fladeo, Brilliant, Gabino, Elizabeth, Buccheri yang cenderung lebih mahal. Selain itu juga untuk memperkuat data dapat dibuktikan dengan data yang dibuat oleh peneliti pada table dibawah ini.

**Tabel 1. 2 Pendapat Masyarakat Mengenai Harga Produk Sepatu Lokal Mojokerto**

| Pernyataan                                                                 | Keterangan   | Jumlah | Presentase |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------|--------|------------|
| Harga dari sepatu asli Mojokerto sesuai dengan kualitas produk yang dijual | Setuju       | 59     | 98%        |
|                                                                            | Tidak Setuju | 1      | 2%         |

Sumber : Data Primer Yang Diperoleh Peneliti 2021

Dari tabel 1.3 yang membahas mengenai pendapat masyarakat tentang harga produk sepatu lokal Mojokerto, dengan pernyataan yaitu “Harga dari sepatu asli Mojokerto sesuai dengan kualitas produk yang dijual”. Pada data tersebut terdapat 60 orang yang dijadikan peneliti sebagai data survei awal dan terdapat hasil yaitu 59 orang memilih setuju dengan presentase 98% dan 1 orang memilih tidak setuju dengan presentase 2%. Maka pendapat masyarakat mengenai harga dari sepatu asli Mojokerto sesuai dengan kualitas produk yang dijual memang nyata adanya, karena hampir seluruh responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Selain itu karena sepatu buatan Kabupaten Mojokerto merupakan tangan pertama dari penjualan sepatu sehingga memiliki keuntungan sendiri yaitu dapat memesan sesuai dengan model yang diinginkan konsumen.

Dalam menciptakan kualitas produk dan harga yang murah dapat menarik konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk. Akan tetapi semua itu masih tergantung dengan kepercayaan konsumen atau masyarakat dalam

membeli suatu produk. Kepercayaan antara penjual dan pembeli merupakan hal yang sangat penting sehingga perlu diperhatikan. Penjual harus berusaha membuat konsumennya percaya terhadap produk yang dijualnya. Beberapa konsumen atau masyarakat Mojokerto sendiri masih mempercayai apabila produk sepatu mojokerto itu kualitasnya masih kalah dengan produk sepatu luar negeri atau sepatu lokal Indonesia namun diluar Kabupaten Mojokerto, ada juga konsumen yang masih mempercayai produk sepatu lokal Mojokerto karena memang kualitas dan harganya lebih baik dari pada produk sepatu lain. Jika masyarakat semakin percaya dengan produk sepatu Mojokerto, maka kualitas produk yang baik dan harga yang murah akan menarik konsumen untuk memutuskan untuk membeli. Sebaliknya jika semakin rendah kepercayaannya, maka kualitas produk yang baik dan harga yang murah sekalipun tidak akan menarik konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk tersebut.

Dari data [jatim.bpjs.go.id](http://jatim.bpjs.go.id) Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur tingkat kemiskinan yang ada di Jawa timur Kabupaten Mojokerto masih terdapat 120,54 ribu jiwa yang tergolong miskin. Dengan masyarakat Kecamatan Sooko yang membeli produk Lokal dari daerahnya sendiri merupakan hal kecil yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perekonomian sekitar. Sehingga dapat menekan tingkat kemiskinan yang ada di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. Begitupun sebaliknya, jika masyarakat masih banyak yang membeli produk luar dan mengesampingkan produk lokal daerahnya sendiri dapat menambah tingkat kemiskinan itu sendiri.

Dari Fenomena persepsi masyarakat mengenai sepatu yang di produksi di Mojokerto tergolong lebih murah tersebut. Membentuk persepsi lagi bagi masyarakat bahwa kualitas produk di yang diproduksi di Mojokerto juga kurang

baik. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Tjiptono (2005) yang menyatakan bahwa apabila harga yang mahal biasanya mencerminkan kualitas yang tinggi. Sehingga dapat memunculkan permasalahan yaitu masyarakat lebih mempercayai kualitas produk yang ada diluar Kabupaten Mojokerto dan lebih membeli produk luar dari produk sepatu lokal.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto sebagai objek penelitian. Objek penelitian ini dipilih karena pada Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto ini merupakan salah satu Kecamatan yang terdapat banyak sekali home industri atau pengrajin sepatu dari pada Kecamatan yang lainnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya data dari DISPERINDAG Pemerintah Kabupaten Mojokerto adalah sebagai berikut.

**Tabel 1. 3 Home Industri Sepatu di Kabupaten Mojokerto**

| <b>No.</b> | <b>Kecamatan</b> | <b>Jumlah Pelaku Usaha</b> |
|------------|------------------|----------------------------|
| 1.         | Sooko            | 305                        |
| 2.         | Trowulan         | 61                         |
| 3.         | Bangsals         | 8                          |
| 4.         | Mojoanyar        | 2                          |

Sumber: Disperindag Pemerintah Kabupaten Mojokerto dan diolah

Berdasarkan tabel 1.4 home industri sepatu di Kabupaten Mojokerto terdiri dari beberapa Kecamatan yaitu Kecamatan Sooko, Kecamatan Trowulan, Kecamatan Bangsals, Kecamatan Mojoanyar. Dari keempat Kecamatan tersebut Kecamatan Sooko merupakan salah satu Kecamatan dengan jumlah pengrajin sepatu paling banyak yaitu sebanyak 305. Pada urutan kedua ada Kecamatan Trowulan dengan jumlah pengrajin sepatu sebanyak 61, yang ketiga ada Kecamatan Bangsals dengan jumlah pengrajin sepatu yaitu sebanyak 8. Yang terakhir ada Kecamatan Mojoanyar dengan jumlah pengrajin sepatu sebanyak 2. Masyarakat Kabupaten Mojokerto percaya bahwa Kabupaten Mojokerto memiliki pengrajin sepatu yang banyak. Hal ini dibuktikan dengan data Disperindag

diatas.

Dalam penelitian Mahmudah & Tiarawati (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawles white membuktikan bahwa citra merek dan harga pada produk Pond's mempengaruhi keputusan pembelian secara dengan kualitas produk lebih mendominasi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk tersebut. Dan persepsi masyarakat mengeni produk Pond's Flawles sangat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga penelitian Dessyaningrum et al. (2020). yang berjudul Pengaruh Kualitas Mobile, Harga, Dan Kualitas Produk Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Situs Shopee dengan hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas mobile, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, kepercayaan berperan dalam memoderasi pengaruh kualitas mobile dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, dan kepercayaan tidak memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Moderasi Trust Dalam Menghubungkan Antara Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Sepatu Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto"**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, dapat disusun perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Home Industri di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu Home Industri Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto?
3. Apakah *trust* dapat memoderasi hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sepatu Home Industri Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto?
4. Apakah *trust* dapat memoderasi hubungan antara harga dengan keputusan pembelian sepatu Home Industri Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Home Industri di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Home Industri di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto.
3. Untuk mengetahui variabel *trust* dapat memoderasi hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sepatu Home Industri di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto?.
4. Untuk mengetahui variabel *trust* dapat memoderasi hubungan antara harga dengan keputusan pembelian sepatu Home Industri di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto?.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dalam dibuatnya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi peneliti guna menerapkan

apa yang sudah didapatkan di bangku kuliah untuk diimplementasikan pada masyarakat umum.

## 2. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran juga sebagai bentuk pengimplementasian ilmu dari bangku kuliah tentang kualitas produk, kesesuaian harga dan keputusan pembelian konsumen pada bidang Manajemen Pemasaran.

## 3. Bagi Pengusaha Sepatu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran bagi pemilik home industri sepatu di kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto mengenai kepercayaan yang ada pada masyarakat mengenai kualitas produk dan kesesuaian harga terhadap keputusan pembelian.

## 4. Pihak yang Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemecahan masalah pihak lain dalam menghadapi permasalahan yang sama. Hasil penelitian ini juga bisa dijadikan referensi untuk mengembangkan ide-ide penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas produk, harga, keputusan pembelian dan moderasi trust.