



# BAB I

## PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### A. Latar Belakang Masalah

Alas kaki merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap manusia yang memiliki berbagai macam jenis model serta fungsi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), alas kaki memiliki pengertian tumpuan kaki atau penutup telapak kaki. Salah satu jenis alas kaki yang banyak digunakan di kalangan masyarakat adalah sepatu. Pada dasarnya sepatu adalah salah satu jenis alas kaki yang berfungsi untuk melindungi keseluruhan kaki. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sepatu diartikan lapik atau pembungkus kaki yang biasanya dibuat dari kulit, karet, dan sebagainya dimana bagian telapak dan tumitnya tebal dan keras. Sepatu tidak hanya menjaga telapak kaki dari benda tajam, tetapi juga melindungi bagian atas kaki hingga tumit, sehingga dapat dikatakan bahwa sepatu memiliki fungsi yang lebih komplit dibandingkan dengan sandal.

Selain itu, di kalangan masyarakat saat ini salah satu jenis sepatu yang sedang tren dan banyak diminati adalah sepatu kets atau biasa dikenal dengan sebutan *sneakers*. Banyak faktor yang menyebabkan sepatu *sneakers* menjadi tren di Indonesia sejak tahun 2017 hingga sekarang seperti faktor produsen atau distributor, pengaruh komunitas, kolektor hingga publik figur. *Sneakers* juga menjadi *booming* di Indonesia karena gaya berpakaian *urban street wear* di luar negeri sedang menanjak. Gaya tersebut menjadikan tipe sepatu ini sebagai salah satu esensinya (JawaPos.com).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Menurut Tempo.co, sepatu kets menjadi salah satu sepatu yang disukai oleh anak muda di seluruh dunia. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan sepatu *sneaker* terbanyak di dunia. Pada tahun 2017 Nike berada di urutan pertama yaitu dengan keuntungan penjualan sebesar USD 21,1 miliar dan kemudian meningkat pada tahun 2018 menjadi USD 22,3 miliar. Kemudian urutan Adidas pada urutan kedua dengan keuntungan penjualan sebesar USD 14,9 miliar pada tahun 2017 dan USD 14,6 miliar pada tahun 2018 (<https://data.tempo.co/>).

Menurut Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo), merek yang sukses meraih pangsa pasar terbesar di dalam negeri pada tahun 2017 untuk sepatu *sneakers* dengan kategori sepatu *casual* adalah Bata sebesar 27%, Nike sebesar 18%, Converse All Star sebesar 17% dan Adidas sebesar 5,4%. Berikutnya untuk kategori sepatu *sport* terdapat Nike di posisi pertama sebesar 30%, Adidas sebesar 23%, Reebok 6,3%, Bata 4,3% yang kemudian disusul oleh Eagle dan Ardiles sebesar 3,7% (<https://ekonomi.bisnis.com/>). Bukan hanya sepatu *sneakers* merek lokal buatan Indonesia yang digemari, tetapi sepatu dengan merek luar negripun diminati oleh masyarakat Indonesia.

Fenomena ini juga dapat dilihat dan dirasakan saat diadakannya acara Jakarta Sneaker Day yang pertama yaitu di bulan Januari 2017 lalu di The Hall Senayan City. Dilansir dari CNBC Indonesia bahwa pengunjung JSD (Jakarta Sneaker Day) yang semula ditargetkan 7000 pengunjung mengalami kenaikan sebesar 50% yaitu hampir 15.000 pengunjung yang datang. Kemudian mengalami peningkatan lagi di tahun keduanya 2018 dan 2019 yaitu dengan total pengunjung sebanyak 20.000 orang ditahun 2018 dan 21.000 orang ditahun 2019 ([www.cnbcindonesia.com/lifestyle](http://www.cnbcindonesia.com/lifestyle)). Dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat setiap tahunnya, dapat dilihat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bahwa minat masyarakat khususnya anak muda akan sepatu *sneakers* dengan merek-merek ternama semakin digemari.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hurlock mengemukakan bahwa rentang usia anak muda adalah antara 13 tahun sampai 21 tahun. Pada rentang usia ini sebagian besar anak muda menghabiskan waktunya dalam kegiatan sekolah ataupun kuliah, namun untuk kegiatan pembelajaran di sekolah siswa diwajibkan untuk menggunakan sepatu hitam sebagai salah satu atribut seragam sekolah. Untuk mahasiswa sendiri kegiatan pembelajaran di kampus yang mewajibkan setiap mahasiswa untuk menggunakan sepatu, sehingga sepatu menjadi kebutuhan utama bagi mahasiswa. Namun seringkali mahasiswa tidak hanya berfokus pada kewajibannya dalam menggunakan sepatu dalam kegiatan pembelajaran di kampus, banyak mahasiswa yang menginginkan memiliki sepatu sesuai dengan merek sepatu apa yang sedang tren saat ini. Menurut *Pandawa Research* didapatkan hasil bahwa merek Nike menempati urutan atas merek yang paling banyak dimiliki oleh kalangan mahasiswa yaitu sebesar 35,29% disusul dengan merek Adidas dan Vans (<https://risetgenerasi.wordpress.com>). Hal ini menunjukkan bahwa merek Nike cukup terkenal dan banyak diminati di kalangan anak muda khususnya mahasiswa.

Saat ini, terutama di kalangan kaum *millennial*, merek jadi suatu hal yang sangat dikedepankan dalam membeli produk tertentu, termasuk juga di dalamnya adalah sepatu. Selain sebagai suatu kebanggaan yang dapat dipamerkan tetapi juga salah satu faktor yang meningkatkan kepercayaan diri saat orang memakai produk dengan merek tertentu. Selain itu, citra merek yang baik akan membuat daya tarik bagi pembeli lebih kuat lagi. Kepercayaan akan suatu merek juga diyakini sebagai suatu hal yang penting dalam seseorang membeli sepatu. Biasanya konsumen akan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membeli sebuah produk sepatu yang sudah dipercayai dan digunakan oleh banyak orang disamping dari citra merek yang dimiliki oleh produk sepatu tersebut.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Beberapa data diatas menunjukkan bahwa merek Nike cukup banyak diminati di Indonesia bahkan khususnya di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada produk sepatu merek Nike. Peneliti juga melihat bahwa tidak sedikit mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business* menggunakan sepatu dengan merek Nike. Melihat fenomena yang terjadi, peneliti merasa adanya pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai **“Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Nike pada Mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business*”**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**B. Identifikasi Masalah**

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike pada mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business*?
2. Apakah *brand trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike pada mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business*?

**C. Rumusan Masalah**

Peneliti juga melihat adanya fenomena yang terjadi dikalangan mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business* dalam tren menggunakan sepatu saat aktivitas di kampus. Seringkali sepatu yang digunakan oleh mahasiswa mahasiswi Kwik Kian Gie *School of Business* sangat “bermerek” dan berbagai macam model yang sangat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



“*up to date*”. Seperti halnya mereka ingin dianggap sangat mengikuti tren yang ada saat ini.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike pada mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business*?”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike pada mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan sepatu Nike pada mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business*.

#### E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan melengkapi teori atau konsep ilmu manajemen pemasaran terutama tentang *brand image* (citra merek) dan *brand trust* (kepercayaan merek) serta penelitian tentang pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran para mahasiswa Kwik Kian Gie *School of Business* dalam melakukan pembelian kembali produk sepatu.
3. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.