

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

Converse merupakan perusahaan sepatu yang berasal dari Amerika Serikat. Perusahaan ini memproduksi perlengkapan olahraga, sepatu skateboard dan sepatu sepatu kasual. Converse adalah salah satu perusahaan yang paling diingat di Amerika Serikat.

Perusahaan ini ditemukan pada tahun 1908. Converse saat ini sudah diakuisisi oleh perusahaan *Nike* sejak 2003. Perusahaan ini kehilangan kekuatan dan kalah bersaing dengan perusahaan lain.

Berawal dari tahun 1908, Marquis Mills Converse membuka perusahaan ini di Maiden, Massachusetts. Perusahaan ini berfokus pada sepatu yang berbahan dasar karet. Perusahaan ini memproduksi sepatu karet secara terus menerus hingga tahun 1915, mereka pun memulai untuk memproduksi sepatu atlet. Tahun 1917 adalah tahun pertama sepatu basket Converse diproduksi. Pada tahun 1923, seorang pemain basket bernama Charles H Taylor ditunjuk sebagai sales dan *brand ambassador* produk Converse. Dia melakukan pekerjaan ini hingga tahun 1976. Converse juga dipakai oleh Wilt Chamberlain di Liga bola basket Amerika yaitu NBA

Pada tahun 1970, Converse kehilangan pamor dan kalah bersaing dengan kompetitor lain seperti Puma, Adidas, Nike dan lain lain. Namun Converse masih bisa bersaing, bahkan Converse tetap memproduksi sepatu basket.

Semua berjalan lancar hingga tahun 2000. Namun Converse kehilangan *market share* yang cukup besar dan memaksa Converse untuk mengalami kebangkrutan., hingga Nike mengakuisisi Converse sebesar 309 Juta dollar Amerika. Hingga saat ini Converse tetap memproduksi sepatu dibawah perusahaan Nike . ([https://id.wikipedia.org/wiki/Converse, Inc.](https://id.wikipedia.org/wiki/Converse,_Inc.))



GAMBAR 1.1

Logo Converse

Sumber : Google.co.id

Untuk Logo sendiri, Converse mengambil Bintang sebagai desain logo karena berawal dari logo yang dibuat untuk Sepatu Chuck Taylor. Chuck Taylor adalah salah satu pemain bintang di olahraga Basket, sehingga Converse membuat Bintang sebagai logo dari sepatu dia. Untuk warna hitam, Converse mempunyai alasan bahwa hitam adalah warna yang simple, namun elegan dan disukai semua kalangan

1.2 Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini, perkembangan ekonomi , politik , sosial, dan teknologi terus mengalami perubahan. Perubahan tersebut mengarah kepada persaingan ketat antar perusahaan sejenis. Hal itu di karenakan, semakin banyaknya perusahaan industri baru yang berdiri dan memiliki tekad besar dan produk yang siap bersaing. Oleh sebab itu, perusahaan harus memiliki keunikan tersendiri dalam produk yg mereka tawarkan.

Pada zaman globalisasi ini, perusahaan yang berkembang cepat dan memiliki peluang pasar yang besar adalah perusahaan sepatu olahraga. Hal ini dikarenakan tingginya tingkat kesadaran dan motivasi masyarakat akan manfaat berolahraga.

Manfaat ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya pusat-pusat olah raga seperti *gym, jogging track* di taman kota dan di area perumahan, dan lain sebagainya. Kesadaran masyarakat juga dapat dilihat dari motivasi ingin memiliki bentuk badan yang menarik dan

mahalnya pada saat ini biaya rumah sakit, baik pada harga obat, dan penanganan dalam penyembuhan suatu penyakit.

Dalam berolahraga, masyarakat per individu pada umumnya memakai atribut olah raga seperti sepatu, baju, dan celana yang nyaman sebagai salah satu faktor pendukung atau motivasi tersendiri bagi mereka dalam melakukan kegiatan olahraga.

Beberapa perusahaan sepatu olahraga besar yang menguasai pangsa pasar dunia *Converse*, *Adidas*, *bata*, *puma*, *Reebok*, dan *Fila*. Merk-merk tersebut adalah merk yang sangat terkenal dan banyak diminati di Indonesia, adapun merk terkenal dari Indonesia adalah *League* dan *Specs*. Konsumen selalu melihat dari sisi *Brand Image* suatu produk yang cenderung banyak digunakan oleh para artis idola atau atlet idola mereka. Dengan memakai produk yang sama dengan artis dan atlet idola mereka, konsumen biasanya merasakan kepuasan dan kebanggaan tersendiri.

Sepatu *Converse* adalah salah satu jenis sepatu dari brand ternama yang kepopulerannya tak perlu diragukan lagi. *Converse*, brand ternama tersebut, adalah perusahaan yang membawahi berbagai produk olahraga seperti pakaian, alat olahraga, hingga sepatu. Brand ini telah tersohor di seluruh penjuru dunia. Selain karena kualitasnya yang baik, brand ini juga banyak melakukan manuver-manuver cerdas. Karenanya, membeli **sepatu Converse** sebenarnya menjadi alternatif aman mendapatkan produk berkualitas. Namun demikian, mengandalkan sepatu branded ini tentu juga bisa membuat kita “rugi” di sisi lain. Berikut ini keuntungan dan kekurangan membeli produk sepatu ternama ini:

Kelebihan :

1. Kualitas Tak Diragukan

Kualitas produk Converse tak perlu diragukan lagi. Dibuat dari bahan seperti karet yang berkualitas, Converse mampu membuat pemakai merasa nyaman. Standar kualitas sepatu ini begitu tinggi melebihi berbagai brand sepatu ternama lain. Anda bisa menikmati kenyamanan terbaik saat menggunakannya. Keawetan **sepatu Converse** pun sangat baik. Sebab, material dan proses pembuatan sepatu ini selalu mengutamakan hasil yang bagus. Belum lagi, bila kita membicarakan desain dan modelnya yang sangat unggul.

2. Meningkatkan Performa

Dengan kualitasnya yang baik, performa Anda akan semakin meningkat. Apalagi, brand Converse secara khusus membuat produknya agar Anda merasa nyaman saat melakukan aktivitas olahraga seperti membuat *adjustable size* untuk pemakai, ataupun membuat hangat kaki. Semua yang digunakan memang khusus dan tidak bisa dipilih sembarangan.

3. Meningkatkan Percaya Diri

Dengan kualitas, kenyamanan, dan desain sepatu yang menarik, Anda bisa tampil lebih percaya diri. Kepercayaan diri tersebut jelas bisa membawa dampak positif pada berbagai aktivitas yang Anda lakukan. Bila Anda sedang melakukan pertandingan olahraga, dukungan dari brand yang kualitasnya bagus memang bisa memberi pengaruh besar. Selain itu Pemakai Converse merasa bahwa sepatu Converse itu “Berkarisma” dan juga tetap mengikuti trend yang ada

4. Teknologi Terbaik

Converse selalu unggul dengan berbagai inovasi terbaru pada setiap produknya. Karenanya, Anda selalu bisa tampil lebih baik dengan koleksi terbaru sepatu ini. Baik dalam hal kenyamanan, desain, hingga materialnya, inovasi tersebut jelas akan membuat Anda semakin tertarik. Semua dibuat dari kanvas yang dilengkapi dengan sol karet yang membuat nyaman. Desainnya pun cukup simple karena hanya menyediakan warna dasar putih, hitam, biru, merah, dan hijau, namun semenjak diakuisisi Nike, Converse menyediakan jasa untuk membuat sepatu sesuai keinginan konsumen.

Kekurangan:

1. Resiko Mendapat Sepatu KW

Kepopuleran Converse memang menjadikan produk-produknya banyak ditiru oleh pihak-pihak tak bertanggung jawab. Ini akan membuat kita harus berjibaku dalam memilih sepatu dari Converse yang asli. Sebab, kadangkala produk KW tersebut dijual sebagai produk asli. Hal ini jelas akan sangat membuat kita rugi besar. Sebab, kita mengeluarkan dana tak sedikit untuk kualitas tak sebanding.

2. Harga Mahal

Mencari **sepatu Converse murah** memang tak semudah mencari **sepatu Converse** berkualitas. Harga produk-produk Converse biasanya di atas rata-rata produk sepatu lain. **Sepatu Converse Futsal**, misalnya, jelas lebih mahal dibanding sepatu futsal dari brand abal-abal atau yang tak begitu ternama. Karenanya, sediakanlah budget yang cukup menguras untuk membeli **sepatu Converse**. Apalagi, bila Anda sedang melakukan penghematan. <https://.wordpress.com>

Converse juga terbukti sebagai perusahaan yang memiliki *brand image* yang kuat dan dinilai mampu mempengaruhi pilihan konsumen dalam melakukan Keputusan Pembelian sehingga pada akhirnya menguntungkan perusahaan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *brand image* Converse dimata konsumen ?
2. Bgaimana Keputusan Pembelian konsumen pada sepatu olahraga Converse ?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap Keputusan Pembelian sepatu olahraga Converse ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan observasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui *brand image* Converse dimata konsumen
2. Untuk mengetahui alasan konsumen melakukan pembelian sepatu olahraga Converse
3. Untuk mengetahui *brand image* terhadap Keputusan Pembelian konsumen

1.5 Kegunaan Observasi

Sementara itu observasi ini diharapkan berguna bagi penulis, bagi perusahaan yang dijadikan objek observasi, dan bagi pembaca.

a. Bagi penulis

Observasi ini bermanfaat bagi penulis untuk mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah didapat selama bangku perkuliahan sebagai wujud untuk memenuhi syarat kelulusan dari diploma III menejemen pemasaran di Telkom University.

b. Bagi perusahaan

Melalui hasil observasi ini juga dapat dijadikan reverensi bagi sepatu olahraga Converse dalam meningkatkan kualitas perusahaannya dalam usaha memuaskan para pelanggan .

c. Bagi pembaca

Pembaca juga mungkin dapat menggunakan hasil observasi ini sebagai bahan atau reverensi bagi penulisan laporan tugas akhir maupun pembahasan yang berhubungan dengan keputusan pembelian.

1.6 Sistematika Laporan Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini, terbagi dalam 5 bab sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis dan ruang lingkup penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang ntuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mecapai tujuan yaitu menjaab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir dipaparkan kesimpulan dari hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.