

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan Vans

Vans merupakan perusahaan sepatu yang didirikan pada tanggal 16 Maret 1966 oleh Paul Van Doren dan Jim Van Doren serta dua rekannya bernama Gordon Lee dan Serge Delia. Didirikan pertama kali di 704 E.Broadway, Anaheim, California. The Van Doren Rubber Company merupakan nama perusahaan pertama kali sebelum berganti menjadi Vans. Beberapa produk yang telah di produksi oleh Vans di antaranya sepatu dengan seri Authentic, SK8 – Hi, dan Old Skool serta Era yang menjadi *best seller*, Clothing berupa *T-shirt, shirt, jacket, jeans, pants, tanks* hingga *shorts*, dan Accessories berupa topi, tas, sabuk, dompet, kaos kaki, kacamata hingga *shoe care*.

Pada saat penjualan hari pertama, Vans sudah di kunjungi 16 orang dan berhasil menjual sebanyak 12 pasang sepatu, pesanan tersebut dilakukan pagi hari dan siap diambil pada sore hari. Seri pertama yaitu Vans#44 *Deck Shoes* yang menjadi cikal bakal dari seri *Authentic*.



Gambar 1.1

Sepatu Vans Authentic

Sumber : www.Google.com

Pada awal tahun 70an, Para pencinta skateboard daerah California Selatan terlihat sangat antusias dengan mendukung kehadiran Vans. Pada tahun 1976, Vans mengeluarkan produk terbarunya, The Vans #95 atau The Era yang digagas oleh Tony Alva dan Stacy Peralta (tokoh *Skateboarder* terkenal dijamannya). The Era memiliki desain perpaduan warna dan paddle yang empuk. Seri ini menjadi pilihan bagi kawula muda pecinta skateboard pada saat itu. Tidak hanya itu pada tahun ini pula judul “off the wall” di publikasikan kepada dunia.

Pada tahun 1977, Vans melahirkan seri terbarunya yaitu Old Skool atau Vans#36, bisa juga disebut dengan Vans *Sidestripe*. Berawal dari *Random Doodle*, Paul Van Doren menyebut seri ini dengan “Jazz Stripe” dan akhirnya sepatu ini menjadi ciri khas tersendiri bagi Vans. Ditahun yang sama Vans juga mengeluarkan seri Classic Slip-on, dengan berbahan dasar kanvas dan memiliki motif hitam dan putih layaknya papan catur. hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi Universal Studios, dibuktikan dengan pesanan yang dilakukan oleh pihak Universal Studios dalam jumlah besar untuk pasokan kebutuhan dalam membuat film.



Gambar 1.2

Vans Old Skool

Sumber : www.google.com

Pada tahun 1978, Sk8-hi diperkenalkan kepada dunia. Mengalami perkembangan dari desain sebelumnya dan memang didesain dengan leher sepatu melebihi *ankle* guna melindungi bagian kaki para pemain skateboard yang biasanya mengalami cedera di bagian tersebut. Lahirnya Sk8-hi tidak hanya melindungi para pemain melainkan juga membawa citra yang baru di dunia skateboard. Memasuki era 80'an, menjadi tahun yang cukup gemilang bagi Vans pasalnya sepatu dengan seri Classic Slip-on menjadi perhatian dunia karena sepatu tersebut di gunakan oleh Sean Penn dalam film *Fast Time at Ridgemont High*. Pada tahun 1984, mendapatkan status sebagai perusahaan yang mengalami kebangkrutan dikarenakan tidak mampu membayar hutangnya. Di masa ini Paul mengatakan pada pekerjanya bahwa selama 3 tahun mereka bekerja tidak akan digaji dan segala sesuatu yang tidak perlu akan dihilangkan kecuali kualitas dari sepatu itu sendiri. 3 tahun berjalan, pada tahun 1987, Vans berhasil membayar hutangnya sebesar 100 *cents* dollar. Pada bulan Desember, Vans kembali mengalami kerugian sebesar 12 juta dolar. Pada tahun 1991, Vans membuat penawaran perdana saham sebesar \$14 di Nasdaq Stock Exchange.



"OFF THE WALL"

Gambar 1.3

Logo Vans

Sumber : www.google.com

Vans terus mengalami perkembangan dari tahun ketahun hingga produk – produk baru bermunculan dari olahraga skateboard hingga olahraga snowboarding. Tidak hanya itu, vans juga mengadakan berbagai kegiatan tour olahraga dan musik pada tahun 1995 dengan nama Vans Warped Tour, yang menjadi salah satu kegiatan terbaik pada jamannya. Pada tahun 2004, Vans mengeluarkan *Vans Customs* melalui website resminya, peluncuran awal hanya Classic Slip-on yang tersedia namun pada bulan Oktober, vans menambah desain baru yang tersedia di website yakni desain Old Skool. Hingga kegiatan terakhir, pada tahun 2016 Vans merayakan *anniversary* yang ke 50 tahun. (<https://www.vans.com/history> diakses pada tanggal 7 Oktober 2017)

1.1.2 Sejarah Perusahaan Converse

Pada tahun 1908, seorang bernama Marquis Mills Converse memulai usahanya dengan nama Converse Rubber Shoe Company. Pada saat itu Converse adalah perusahaan yang membuat serta menjual alas kaki serta sepatu kerja musiman yang berbasis pada bahan karet. Karena produk yang dibuat adalah produk musiman sehingga menyebabkan para pekerja menganggur di waktu tertentu. Pada akhirnya Converse memutuskan untuk membuat sepatu olahraga. Di saat yang sama olahraga basket menjadi salah satu olahraga yang populer, sehingga Converse memutuskan untuk membuat sepatu yang bisa dipakai untuk bermain basket.

Sepatu pertamanya yaitu sepatu *winterized*, untuk pria, wanita dan anak – anak. Selanjutnya ia menjual sepatu dengan bahan dasar kanvas untuk olahraga tenis. Pada tahun 1917, Converse menciptakan sepatu basket pertamanya dengan model *high – top* dengan berwarna coklat.. Pada tahun 1918, pemain basket bernama Charles H. “Chuck” Taylor yang merupakan seorang pemain basket dari All American High School mulai menggunakan sepatu *All star* pertamanya.

Pada tahun 1920, Converse mulai memproduksi sepatu model ini dengan warna hitam seluruhnya menggunakan bahan canvas atau kulit, serta dengan sol karet yang sangat tebal. Pada tahun 1921, Charles H. “Chuck” Taylor bergabung dengan Converse dan menjadi pemain pertama yang menjadi *endorse* di Amerika sekaligus membantu Converse dalam mempromosikan produknya. Chuck Taylor juga menjadi orang pertama yang disebutkan dalam 60 years of the Converse Basketball Yearbook.

Pada tahun 1932, Converse menciptakan “*Chuck Taylor’s Signature*” pada produk sepatu pada bagian pergelangan kaki. Converse melakukan kustomisasi sepatu untuk New York Renaissance, dimana tim ini mampu memenangkan kejuaraan basket professional untuk pertama kalinya pada tahun 1939, dan menang 88 kali secara langsung dalam satu *season*.



Gambar 1.4

Logo Converse

Sumber : www.Google.com

Masuk ke era 70’an, tepatnya pada tahun 1970. Converse mengeluarkan debut pertamanya yang disebut dengan “One Star”. Sepatu dengan performance low – cut untuk basket, diadopsi oleh peselancar dan juga skaters sebagai gaya retro lifestyle dimana di jadikan alternatif tampilan gaya yang baru.

Setelah kehilangan pangsa pasarnya pada olahraga basket, Converse menjadi symbol *counter-culture* atau *anti – mainstream* khususnya pada *rocket* dan *hipster*. Sepatu ini sukses bergeser dari yang berawal sepatu basket menjadi sepatu santai karena tampilan dan warnanya yang khas. Memasuki tahun 80-an dan 90-an banyak dari beberapa orang terkenal atau kalangan artis menggunakan sepatu ini misalnya James Dean, Guns N’ Roses, dan Kurt Cobain.

Converse mengalami masa – masa sulit di tahun 80-an dan 90-an akibat dari pergantian manajemen dan keputusan bisnis yang buruk. Saking kesulitannya, pada tahun 2001 perusahaan Converse terancam mengalami kebangkrutan. Tapi *brand* Converse sendiri sudah menjadi *brand* yang kuat, dan pemilik baru juga mengambil alih serta menutup pabriknya di Amerika Serikat dan memindahkannya ke Asia



Gambar 1.5

Converse Chuck Taylor All Star '70 & Converse Chuck Taylor All Star II

Sumber : www.Google.com

Pada tahun 2003, Converse akhirnya diakuisisi oleh Nike. Dari hasil akuisisi tersebut membuat Converse dapat menjadi aman dari ancaman bangkrut. Sejak akuisisi itu pula Converse tidak mengalami banyak perubahan masih menggunakan model sepatunya yang khas. Pada tahun 2015, Converse akhirnya membuat Chuck Taylor All star II, yang merupakan desain baru sejak produk pertamanya rilis pada tahun 1930'an. Dilihat dari penampilannya, masih memiliki kemiripan dengan model lamanya namun dalam hal proses pembuatannya Nike menambahkan teknologi baru dalam sole sepatunya agar lebih ringan, *lining* dengan bahan yang lebih baik, dan teknologi lain yang membuat sepatu lebih nyaman. Dengan menggunakan teknologi yang lebih canggih dalam proses pembuatannya menyebabkan Converse lebih berkualitas dan harga sepatu naik hingga 60 persen.

(<https://qlapa.com/blog/sepatu-converse-sejarah-popularitas-dan-asal-usul-nama-chuck-taylor> diakses pada tanggal 9 Juni 2018)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian Indonesia yang semakin membaik mengakibatkan perubahan kehidupan masyarakat dalam gaya hidup dan *Fashion*. *Fashion* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian masyarakat. *Fashion* juga bukan hanya sekedar penutup tubuh melainkan sebagai sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. (Retno, 2008).

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS) merilis bahwa sektor ekonomi kreatif menyumbang 7,38% terhadap total perekonomian nasional tahun 2016 dan sector fashion menjadi urutan kedua dalam subsector yang mendominasi ekonomi kreatif serta berkontribusi sebanyak 18,15% hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah sangat sadar untuk berpenampilan menarik dengan mengikuti tren *fashion* yang sedang berkembang. (<http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/infografis-data-statistik-dan-hasil-survei-khusus-ekonomi-kreatif> diakses pada 20 Juni 2018)

Menurut data dari Ditjen Aptika mengenai klasifikasi produk yang dibeli melalui Online pada tahun 2015, sebagai berikut :

Klasifikasi Produk yang di Beli	Persentase
Fashion dan Aksesoris	37.60%
Handphone, Gadget, dan Aksesoris	12.20%
Elektronik	7.90%
Alat-alat Olah Raga	7.30%
Tekstil dan Pakaian Jadi	6.90%
Kulit, Tas, dan Sepatu	5.80%
Barang-barang Keperluan Rumah Tangga	5.70%
Alat-alat Kesehatan	3.40%

Tabel 1.1

Tabel Klasifikasi produk yang dibeli secara online

Sumber : Ditjen Aptika

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa *Fashion* dan aksesoris memiliki persentase tertinggi sebesar 37.60%. Produk lain yang masih diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu produk sepatu yang berada di urutan ke-6. Sepatu mendapat persentase yang cukup tinggi sebesar 5.80% bersama dengan tas dan kulit. (https://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=430&iddoc=1457&data-data_page=3 diakses pada tanggal 19 Oktober 2017)

Seiring berkembangnya inovasi pada produk *fashion*, sepatu yang merupakan bagian dari *fashion* juga ikut serta dalam perkembangannya. Jenis sepatu yang sedang digemari saat ini adalah sneakers. Sepatu sneakers merupakan sepatu yang didesain sejak awal menggunakan sol yang terbuat dari karet, dan bagian *upper* cenderung berbahan canvas.

(<https://wolipop.detik.com/read/2017/02/07/081753/3415426/233/pencinta-sneakers-wajib-tahu-dari-mana-sebutan-sneakers-berasal> diakses pada tanggal 20 Maret 2018)

Jumlah keuntungan dari penjualan produk sepatu *sneakers* dan *leather shoes* dan juga penjualan *shoe accessories* seperti *shoe care* di pasaran Indonesia sebesar US\$387m di tahun 2018. Ini merupakan pendapatan yang cukup tinggi sehingga dapat menunjukkan bahwa sepatu sneakers diminati oleh masyarakat di Indonesia.

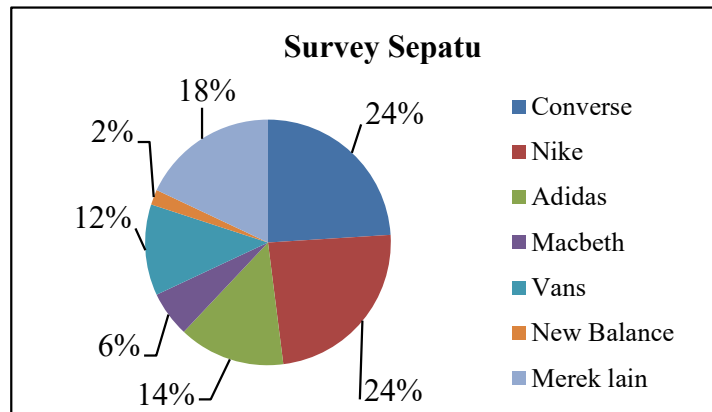
(<https://www.statista.com/outlook/250/120/shoes/indonesia> diakses pada tanggal 20 Maret 2018)

Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap sepatu sneakers sejalan dengan berkembangnya produk - produk sepatu sneakers yang ditawarkan oleh perusahaan seperti Nike, Adidas, Converse, Vans, New Balance dan perusahaan lainnya. Perusahaan sepatu bersaing dengan meningkatkan kualitasnya guna mendapatkan perhatian dari konsumen. Fenomena persaingan *brand* dapat terlihat dan akan terus berlanjut karena banyaknya perusahaan yang terus melakukan inovasi guna memenuhi kebutuhan konsumen yang dinamis seiring berkembangnya zaman.

Dari beragam merek sepatu, penulis memilih sepatu Vans dan Converse sebagai objek penelitian. IdnTimes.com merilis 8 produk sepatu yang masih tetap eksis sampai sekarang walaupun produk tersebut sudah ada sejak lama, adapun produknya yaitu Air Jordan 1, Converse Chuck Taylor All – Star, Adidas Stan smith, Vans Authentic, Puma Suede, Nike Air Force 1, Nike Cortez, dan Adidas Super Star.

(<https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/ahmad-uzlif/timeless-8-sneakers-ini-tidak-ada-matinya-c1c2/full> diakses pada tanggal 02 Juli 2018)

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan Lubis pada tahun 2016, menunjukkan bahwa terdapat beberapa merek produk sepatu yang diminati oleh konsumen di Indonesia digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.6

Survey merek sepatu

Sumber : (Ikhsan Lubis, 2016)

Hasil pra penelitian menunjukkan bahwa sepatu Converse berada di urutan pertama dengan 16 responden sedangkan Vans berada di urutan kelima dengan 8 responden dari total keseluruhan sebanyak 66 responden. Hal ini menunjukkan bahwa Converse sudah dikenal baik oleh masyarakat Indonesia namun berbeda halnya dengan merek Vans bukan menjadi produk yang menguasai pasar pengguna sepatu di Indonesia. Berikut merupakan survey yang dilakukan oleh Top Brand pada tahun 2018 mengenai merek dengan pilihan terbanyak oleh remaja :

Sepatu Sekolah	
Merek	TBI
Converse / All Star	20,9%
Nike	6,5%
Bata	5,5%
Adidas	5,1%
Tomkins	4,9%

Tabel 1.2

Top Brands Index for Teens 2018 sepatu sekolah

Sumber : Top Brands Award

Produk sepatu Converse berada pada posisi paling atas sebagai produk sepatu terbaik pilihan remaja dengan jumlah 20.9%. Berbeda halnya dengan produk sepatu Vans tidak masuk dalam kategori sepatu yang dipilih oleh remaja.

Kualitas produk menjadi hal yang sangat penting dalam memilih sepatu, karena akan mempengaruhi bagaimana kenyamanan hingga perasaan yang didapatkan setelah menggunakan produk. Sepatu dengan kualitas yang baik akan berdampak dengan kepuasan dari konsumen itu sendiri serta konsumen akan menyukai produk sepatu tersebut. Hal ini berbanding lurus dengan pengertian kualitas produk menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2014 : 253) pengertian dari kualitas produk adalah karakteristik dari sebuah produk ataupun jasa yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara dinyatakan ataupun tersirat

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Erindah Sari pada tahun 2015, menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembeliannya.

Penulis menyebarkan kuesioner secara acak kepada tiga puluh responden pengguna sepatu Vans dan Converse untuk mengetahui keluhan dan pendapatnya serta untuk mengetahui dimensi mana saja yang menjadi masalah dalam produk tersebut. Dari penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.3
(Hasil Observasi N : 30)
Kualitas Produk Sepatu Vans

No	Dimensi	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	<i>Performance</i>	Sepatu Vans memiliki stabilitas yang baik	93.3%	6.7%
		Sepatu Vans memiliki bobot yang ringan	76.7%	23.3%
		Sepatu Vans nyaman digunakan	96.7%	3.3%
		Sepatu Vans melindungi kaki dari kemungkinan terjadinya cedera saat pemakaian	83.3%	16.7%
		Sepatu Vans memiliki elastisitas sole yang baik	80%	20%

		Teknologi insole sepatu Vans lebih nyaman dibandingkan merek lain	66.7%	33.3%
		Teknologi Outsole sepatu Vans menyebabkan tidak mudah slip selama pemakaian	86.7%	13.3%
2	<i>Features</i>	Sepatu Vans memiliki fitur yang inovatif	70%	30%
		Sepatu Vans memiliki fitur yang menarik	76.7%	23.3%
3	<i>Reliability</i>	Sepatu Vans tidak mengalami kerusakan selama pemakaian	53.3%	46.7%
		Keutuhan sepatu Vans terjamin selama pemakaian	66.7%	33.3%
4	<i>Conformance</i>	Produk sepatu Vans sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan	100%	0%
		Nomor seri yang tertera pada lidah sepatu atau Tag Size sepatu Vans sesuai dengan nomor seri pada kemasan	100%	0%
5	<i>Durability</i>	Sepatu Vans memiliki kekuatan yang tahan lama jika dipakai terus menerus/ dalam jangka waktu yang lama	76.7%	23.3%
		Sepatu Vans tidak mengalami kerusakan / tidak mudah rusak setelah melalui proses pencucian	73.3%	26.7%
		Sole sepatu Vans tidak mudah rusak / regas	80%	20%
		Warna sepatu Vans tidak mudah pudar	60%	40%
6	<i>Serviceability</i>	Perawatan sepatu Vans mudah dilakukan	83.3%	16.7%
7	<i>Aesthetics</i>	Sepatu Vans memiliki desain sepatu yang menarik	93.3%	6.7%
		Sepatu Vans memiliki warna sepatu yang menarik	100%	0%

8	<i>Perceived Quality</i>	Menurut saya perusahaan Vans memiliki reputasi perusahaan yang baik	90%	10%
		Menurut saya Vans memiliki reputasi produk yang baik	90%	10%
		Menurut saya merek Vans memiliki reputasi yang baik	93.3%	6.7%
		Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan sepatu Vans	76.7%	23.3%

Sumber : Hasil kuesioner secara acak (2018)

Berdasarkan table 1.3, menunjukkan kualitas produk sepatu Vans dibagi kedalam dimensi kualitas produk. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa Vans tidak sepenuhnya memiliki kualitas yang baik. berikut masalah yang diperoleh berdasarkan kuesioner yang disebar secara acak kepada 30 responden :

1. Pada dimensi *Performance*, sebanyak 33,3% responden menyatakan tidak setuju apabila sepatu Vans memiliki insole yang lebih nyaman dibandingkan dengan merek lain. Beberapa produk Vans seperti Vans Classic belum diberikan fitur ultracush sehingga beberapa responden menyatakan bahwa sepatu masih kurang nyaman ketika dipijak.
2. Pada dimensi *Features*, sebanyak 30% menyatakan bahwa sepatu Vans belum menawarkan fitur yang inovatif pada produknya. Beberapa produk sepatu Vans belum memberikan fitur yang inovatif. Tidak semua produk sepatu Vans dilengkapi dengan toecap yang berfungsi sebagai pelindung kaki.
3. Pada dimensi *Reliability* sebanyak 46.7% menyatakan tidak setuju jika sepatu Vans tidak mengalami kerusakan selama pemakaian. hal ini dapat diketahui bahwa cukup banyak pengguna Vans yang merasakan sepatunya mengalami kerusakan selama pemakaian. Kerusakan tersebut digunakan karena beberapa alasan salah satunya karena digunakan untuk bermain skateboard.
4. Pada dimensi *durability*, sebanyak 40% pengguna menyatakan tidak setuju apabila sepatu Vans dikatakan sebagai sepatu yang memiliki warna yang tidak mudah pudar. Menurut responden warna sepatu Vans cenderung mudah luntur atau pudar jika perawatannya tidak benar.

5. Pada dimensi *perceived quality*, sebanyak 23,3% pengguna menyatakan bahwa sepatu Vans tidak memberikan manfaat rasa percaya diri secara langsung. Dimensi ini cenderung bersifat subjektif namun perusahaan sebaiknya menambahkan nilai terhadap produk sepatunya agar dipandang dapat memberikan manfaat percaya diri secara langsung.

Penulis juga menyebarkan kuesioner secara acak kepada tiga puluh responden yang menggunakan sepatu Converse. Dari penyebaran kuesioner tersebut didapatkan data sebagai berikut :

Tabel 1.4
(Hasil Observasi N : 30)
Kualitas Produk Sepatu Converse

No	Dimensi	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	<i>Performance</i>	Sepatu Converse memiliki stabilitas yang baik	96.7%	3.3%
		Sepatu Converse memiliki bobot yang ringan	80%	20%
		Sepatu Converse nyaman digunakan	100%	0%
		Sepatu Converse melindungi kaki dari kemungkinan terjadinya cedera saat pemakaian	76.7%	23.3%
		Sepatu Converse memiliki elastisitas sole yang baik	93.3%	6.7%
		Teknologi insole sepatu Converse lebih nyaman dibandingkan merek lain	70%	30%
		Teknologi Outsole sepatu Converse menyebabkan tidak mudah slip selama pemakaian	80%	20%
2	<i>Features</i>	Sepatu Converse memiliki fitur yang inovatif	66.6%	33.3%
		Sepatu Converse memiliki fitur yang menarik	70%	30%
3	<i>Reliability</i>	Sepatu Converse tidak mengalami kerusakan selama pemakaian	50%	50%

		Keutuhan sepatu Converse terjamin selama pemakaian	80%	20%
4	<i>Conformance</i>	Produk sepatu Converse sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan	93.3%	6.7%
		Nomor seri yang tertera pada lidah sepatu atau <i>Tag Size</i> sepatu Converse sesuai dengan nomor seri pada kemasan	100%	0%
5	<i>Durability</i>	Sepatu Converse memiliki kekuatan yang tahan lama jika dipakai terus menerus/ dalam jangka waktu yang lama	76.7%	23.3%
		Sepatu Converse tidak mengalami kerusakan / tidak mudah rusak setelah melalui proses pencucian	80%	20%
		Sole sepatu Converse tidak mudah rusak / regas	83.3%	16.7%
		Warna sepatu Converse tidak mudah pudar	46.7%	53.3%
6	<i>Serviceability</i>	Perawatan sepatu Converse mudah dilakukan	86.7%	13.3%
7	<i>Aesthetics</i>	Sepatu Converse memiliki desain sepatu yang menarik	76.7%	23.3%
		Sepatu Converse memiliki warna sepatu yang menarik	80%	20%
8	<i>Perceived Quality</i>	Menurut saya perusahaan Converse memiliki reputasi perusahaan yang baik	100%	0%
		Menurut saya Converse memiliki reputasi produk yang baik	100%	0%
		Menurut saya merek Converse memiliki reputasi yang baik	100%	0%
		Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan sepatu Converse	83.3%	16.7%

Sumber : Hasil kuesioner secara acak (2018)

Berdasarkan table 1.4, menunjukkan kualitas produk sepatu Converse dibagi kedalam dimensi kualitas produk. Hasilnya menunjukkan bahwa Converse tidak juga sepenuhnya memiliki kualitas yang baik. Maka diperoleh hasil berdasarkan kuesioner yang disebar secara acak kepada 30 responden :

1. Pada dimensi *performance* sebanyak 30% menyatakan bahwa produk sepatu Converse belum memiliki insole yang nyaman. Beberapa produk Converse memang belum dilengkapi dengan bantalan dari lunarlon dari Nike karena produk Converse Classic masih menggunakan bahan kanvas.
2. Pada dimensi *features* sebanyak 33,3% menyatakan bahwa Converse belum memberikan fitur yang inovatif pada produknya sehingga Converse sebaiknya memberikan fitur yang lebih inovatif lagi agar konsumen semakin tertarik.
3. Pada dimensi *reliability* sebanyak 50% menyatakan bahwa mereka tidak setuju jika sepatu Converse tidak mengalami kerusakan selama pemakaian, menurut responden bagian yang sering mengalami rusak adalah bagian dalam sepatu sobek dan terkadang bagian seperti sole dan toe cap lepas atau tidak menempel.
4. Pada dimensi *durability*, sebanyak 53.3% responden tidak setuju jika sepatu Converse dikatakan sebagai produk yang memiliki ketahanan warna yang baik. Karena produk ini menggunakan bahan kanvas sehingga warnanya pun cenderung lebih mudah pudar.
5. Pada dimensi *aesthetics*, sebanyak 23,3% menyatakan bahwa produk sepatu Converse tidak memiliki desain yang menarik. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden yang memilih tidak setuju, yang menjadi alasan tidak menarik yaitu desain Converse terlalu biasa dan kebanyakan produknya memiliki tipe desain produk yang sama maka dari itu sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan desain produknya.

Hasil pra penelitian menunjukkan bahwa kedua produk masih memiliki kekurangan yang hampir sama. Karena pada dasarnya kedua merek ini memiliki kemiripan dari sisi bentuk, dan fungsi atau kegunaannya dalam hal ini jika digunakan untuk berolahraga atau sebagai sepatu casual.

Pada penelitian kali ini penulis melakukan perbandingan terhadap produk sepatu Vans dan Converse dengan menggunakan teori kualitas produk, antara lain *performance*, *features*, *reliability*, *conformances*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics* dan *perceived quality*. Permasalahan harus segera dicari solusinya agar dampak yang terjadi pada perusahaan sepatu Vans dan Converse tidak terlalu buruk. Dampak yang

mungkin terjadi adalah penurunan omzet perusahaan karena kualitas sepatu yang sekiranya tidak mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Alasan penulis memilih objek penelitian didasarkan pada fenomena bahwa Vans ternyata masih kurang dikenal dibandingkan produk sepatu Converse. Hasil data pra penelitian juga dapat ditarik kesimpulan bahwa sepatu Vans dan sepatu Converse masih memiliki kelebihan dan kekurangan yang memiliki kemiripan diantara kedua produk tersebut. Maka dari itu penulis bermaksud untuk melakukan perbandingan antara produk sepatu Vans dengan produk sepatu Converse untuk mengetahui seberapa besar nilai kualitas produk diantara kedua produk tersebut. Penelitian ini juga belum diteliti di Universitas Telkom sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis perbandingan kualitas produk sepatu Vans dengan sepatu Converse (Studi kasus pada pengguna sepatu Vans dan Converse di Bandung)”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas produk sepatu Vans ?
2. Bagaimanakah kualitas produk sepatu Converse ?
3. Seberapa besar perbedaan kualitas produk antara sepatu Vans dengan sepatu Converse ?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas produk sepatu Vans.
2. Untuk mengetahui kualitas produk sepatu Converse
3. Untuk mengetahui besarnya perbedaan kualitas produk antara sepatu Vans dengan sepatu Converse.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembaca serta dapat digunakan sebagai bahan referensi dimasa yang akan datang serta dapat menguatkan teori mengenai kualitas produk.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi perusahaan Vans dan Converse serta menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas produk yang lebih baik dimasa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung penelitian skripsi ini, maka dari itu penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai pembahasan dan analisa – analisa yang dilakukan sehingga terlihat gambaran permasalahan secara jelas dan secara rinci serta alternative pemecahan masalah yang dihadapi.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan akhir dari analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran – saran yang dapat dimanfaatkan bagi perusahaan atau pembaca.