

BAB I

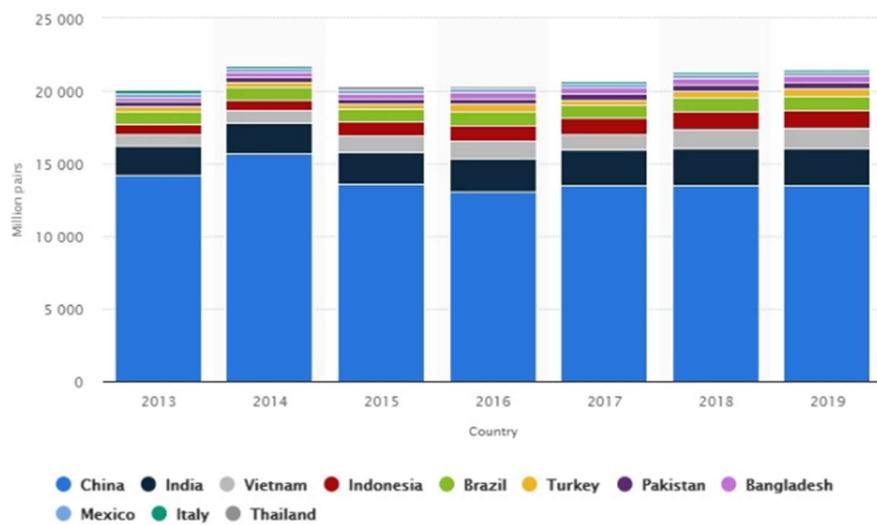
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Perkembangan Sepatu Lokal di Indonesia

Sepatu buatan lokal kian banyak bermunculan dijual di media sosial maupun di berbagai e-commerce. Jumlah peminatnya pun meningkat signifikan. Bahkan, Tokopedia mencatatkan transaksi penjualan untuk merek sepatu lokal mengalami peningkatan hampir 2 kali lipat. Salah satu kolektor sepatu, Denis Juharman mengatakan, saat ini para pengusaha atau UMKM yang berada di industri sepatu mengalami perkembangan yang sangat signifikan (Catriana dan Sukmana, 2021).

Kementerian Perindustrian menyebut bahwa industri kecil dan menengah (IKM) alas kaki seperti sepatu prospektif naik kelas hingga mampu merambah pasar ekspor, karena inovasi dan mampu menjaga kualitas mutu. Kementerian Perindustrian menginisiasi pembentukan Indonesia Footwear Network (IFN) sebagai sebuah platform jejaring bagi pelaku industri alas kaki dan pendukungnya. Upaya ini bertujuan untuk membangkitkan gairah usaha para pelaku industri persepatuan di Indonesia. Platform IFN ini juga dapat memberikan akses seluas-luasnya kepada sesama pelaku industri alas kaki maupun masyarakat umum yang tertarik dan berminat dalam pengembangan industri alas kaki. Bahkan, membuka peluang kolaborasi antara pelaku usaha dengan masyarakat umum, sehingga memberikan dampak positif yang saling menguntungkan. (Deny, 2023).



Gambar 1. 1 Data negara produsen sepatu di dunia

Sumber: goodnewsfromindonesia.id (2023)

Berdasarkan data di atas 1,2 miliar pasang alas kaki diproduksi Indonesia pada tahun 2019. Sejak 2015, Indonesia mampu menghasilkan satu miliar pasang alas kaki setiap tahunnya. Jumlah yang diproduksi tersebut termasuk alas kaki yang dibuat untuk merek lokal serta merek internasional. Negara tujuan ekspor alas kaki Indonesia adalah Amerika Serikat, Belgia, Cina, Inggris hingga Italia.

Sepatu merek lokal dapat bersaing di pasar Indonesia karena harga sepatu merek asing semakin mahal. Selain itu, desain dan bahan sepatu merek lokal bisa menyaingi sepatu merek internasional (Mediaini, 2020). Semakin mahalnya sepatu merek asing juga disebabkan oleh peraturan baru tentang ambang batas nilai barang impor yang bebas tarif bea masuk dari sebelumnya US\$ 75 per kiriman menjadi US\$ 3 per kiriman khusus untuk tiga produk favorit masyarakat, yaitu tas, sepatu dan produk tekstil seperti baju yang mulai diberlakukan pada 2020 (Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, 2020). Hal ini tentunya berdampak baik bagi produsen sepatu merek lokal. Ada banyak merek sepatu lokal yang terkenal di Indonesia, di antaranya Ventela, Piero, Poison Street, League, Buccheri, Tomkins, Saint Barkley, Compass, Tomkins, Sagara Boots, NAH Project, Exodos 57, Yongki Komaladi, Geoff Max Footwear, Eagle, Ardiles, Thanksinsomnia, Kodachi, Wakai, Brodo, Carvil dan PVN Shoes (Firdha, 2020).

Mendukung merek lokal tidak hanya merupakan suatu hal yang penting sebagai wujud kecintaan terhadap negeri. Upaya membantu mengembangkan produk-produk

dalam negeri dan kearifan lokal juga dilakukan karena produk lokal memiliki desain dan kualitas yang tidak kalah dari produk luar negeri (Dzikrullah, 2019). Beberapa di antara upaya pemerintah dalam memajukan dan mendukung berkembangnya merek lokal antara lain dengan menyelenggarakan beberapa webinar mengenai bisnis lokal, mendukung kampanye-kampanye untuk mendorong penjualan produk-produk lokal dan mencetuskan peringatan hari belanja produk lokal (Alaydrus, 2021; Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020; Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2020).

1.1.2 Profil Perusahaan

Sepatu Compass pada awalnya bernama brand Gazelle Sport yang didirikan tahun 1988 oleh Kahar Setiadi di bawah PT Kompas Mas. Bisnis ini kemudian dilanjutkan oleh putranya, Kahar Gunawan dengan nama brand Compass. Ciri khas sepatu Compass adalah menggunakan bahan kain twill berkualitas internasional. Compass mengalami banyak pasang surut bisnis dan penjualan yang kerap kali tak stabil. Untuk mengatasi kendala tersebut, Compass menggandeng Aji Handoko Purbo sebagai creative director pada tahun 2017. Sejak saat itu, Compass semakin dikenal oleh masyarakat. Aji sendiri sudah lama terjun dalam bisnis sepatu, awalnya Ia bekerja sebagai penjaga toko sepatu di Plaza Semanggi, Jakarta. Aji memiliki banyak relasi bisnis dalam industri sepatu, hal ini yang membuat Gunawan sebagai pemilik Compass tertarik menggandeng Aji. Kolaborasi mereka sukses membangun Compass menjadi brand lokal yang mampu bersaing dengan sepatu impor lainnya.

Etos Compass® adalah selalu menghasilkan alas kaki berkualitas baik yang membangkitkan rasa bangga saat dikenakan. Melalui fokus yang kuat pada desain dan penceritaan, sepatu Compass® menceritakan kisah budaya, komunitas, dan kolaboratornya. Pada tahun 2018, merek Compass® didesain ulang dengan sentuhan kontemporer yang segar, sambil terus menjunjung tinggi akar sejarahnya melalui identitas Gazelle® (COMPASS, 2023).

1.1.3 Logo Compass

Logo yang dimiliki Compass adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Logo Sepatu Compass

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Logo-compass.svg>

1.1.4 Visi dan Misi PT. Compass

Visi

menjadikan Compass sebagai merek sepatu terkemuka di Indonesia yang menanamkan kebanggaan dan mengangkat kultur budaya Indonesia di pasar global.

Misi

Untuk memajukan produk Indonesia khususnya sepatu lokal sehingga mampu bersaing dengan produk asing.

Tabel 1. 1 Jenis-jenis Sepatu Compass

No	Jenis	Desain	Deskripsi
1	Gazelle	Gabungan vintage klasik dengan detail modern	Model sepatu Compass Gazelle dirancang dengan sentuhan vintage klasik yang dipadukan dengan detail modern. Model sepatu ini memiliki list pada bagian samping sepatu yang terinspirasi dari binatang Gazelle yang sedang berlari.
2	Retrograde	Desain retro yang timeless	Sepatu Compass Retrograde didesain untuk mengenang edisi Gazelle yang populer di pada tahun 1980 dan 1990-an di Indonesia. Perusahaan Compass sendiri menginterpretasi

			ulang arsip edisi Gazelle pada masa itu, kemudian melahirkan edisi baru yang lebih fresh.
3	Slip on	Tampil simpel dan lebih praktis	Model sepatu Compass model slip on didesain tanpa tali atau gesper. Material sepatu Compass model slip on ini biasanya terbuat dari kanvas. Sepatu ini didesain untuk Anda yang ingin praktis tanpa perlu repot mengikat tali sepatu. Sepatu Compass model slip on terlihat simpel, tetapi tetap nyaman dikenakan sehingga cocok untuk gaya kasial.
4	Proto Lite	Gaya fun dengan pilihan warna berani	Pada edisi Proto Lite, divisi Research and Development Compass mengambil desain sepatu low cut dengan pilihan warna cerah. Sepatu Compass seri ini juga menawarkan desain yang stylish dan menarik sehingga dapat dipakai untuk berbagai kesempatan. Namun, akan terlihat lebih menarik jika Anda bisa mengombinasikannya dengan outfit yang unik atau gaya tabrak warna.
5	Collaboration	Edisi terbatas dengan filosofi yang unik	Sepatu Compass edisi kolaborasi juga menawarkan banyak keistimewaan seperti konsep daur ulang pakaian menjadi sepatu.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan *trend fashion* di Indonesia didorong oleh beberapa faktor seperti media massa, dunia hiburan, dunia bisnis, dan internet. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya teknologi yang berperan besar dalam tren *fashion* Indonesia. Kemajuan teknologi semakin memudahkan masyarakat mengakses produk *fashion* yang memungkinkan mereka berekspresi, terutama sejak adanya *e-commerce*. Dikutip dari Cindy Hadi, adanya permintaan yang tinggi dan gaya *fashion* masyarakat yang beragam dan terus berubah dengan cepat, tentu menciptakan tantangan tersendiri bagi

para pegiat *fashion* di Indonesia untuk dapat terus berkarya dan berkreasi menghasilkan produk-produk mode terbaru yang menarik (Anwar, 2022).



Gambar 1. 3 Najwa Shihab menggunakan sepatu Compass

Sumber: Merdeka.com (2023)

Dunia *Fashion* sudah berkembang dengan adanya beberapa brand terkenal, mulai dari Sneakers, Baju, Celana, dan lain sebagainya. Menurut *American Marketing Association*, *Brand* merupakan simbol, desain khusus, rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mendefinisikan barang dari seseorang atau sekelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. *Local Brand* adalah suatu produk terbuat dari bahan yang berasal dari dalam negeri, tenaga kerja dari dalam negeri, produk tersebut menggunakan local brand dan kepemilikan perusahaan dari dalam negeri, jika salah satu dari keempat acuan tersebut, maka sudah dapat dikatakan *local brand* (Sudaryatmo dalam Disma, 2016).

Salah satu industri *fashion* yang sedang digandrungi saat ini adalah sepatu. Selain sebagai alat sandang, sepatu menjadi kebutuhan yang wajib dimiliki oleh setiap orang. Oleh karena itu persaingan industri sepatu sangat ketat, menunjukkan inovasi dan kreatifitas, banyaknya *brand* sepatu dalam dan luar negeri yang bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen. Secara umum keberhasilan bisnis *fashion* di bidang sepatu ini bergantung pada faktor-faktor seperti desain yang menarik dan kualitas bahan yang digunakan (Aeni dan Oktafani, 2022).

Tren *fashion* tidak hanya terus bermunculan saja, namun juga diimbangi dengan banyaknya aksesoris pelengkap lainnya. Merek sepatu dalam negeri yang sukses di pasaran merupakan bagian dari industri *fashion* yang senantiasa menciptakan inovasi-inovasi baru agar bisa bersaing dengan merek-merek ternama lainnya. Kualitas sepatu lokal yang tidak kalah dengan merek luar negeri membuatnya semakin digemari banyak kalangan pelanggan. bahwa kualitas produk yang semakin baik akan mendorong konsumen untuk membeli sebuah produk sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembeliannya (Fernando dan Aksari, 2018).

Saat ini sudah mulai bermunculan *local brand* yang berfokus di bidang sepatu. salah satu *local brand* adalah compass, compass sendiri merupakan salah satu *local brand* yang bergerak di bidang fashion berfokus pada *sneakers* yang berdiri di Kota Bandung pada tahun 1998. Banyak anak muda yang tergila-gila dengan sepatu ini. Hal ini terbukti dengan diselenggarakannya acara Wall Of Fades di Grand Indonesia pada bulan Desember 2019 yang menyebabkan puluhan bahkan ratusan orang mengantri untuk membeli sepatu Compass. Bahkan, beberapa orang rela bermalam di mall demi bisa membeli sepatu tersebut. Akhirnya acara tersebut dibatalkan karena terlalu banyak pengunjung dan dikhawatirkan akan menimbulkan kekacauan karena terbatasnya jumlah sepatu. Harga serta model yang dikeluarkan Compass sebanding atau bahkan lebih baik dengan brand lain, sehingga menjadi incaran anak muda dalam beberapa tahun terakhir ini. *local brand* yang satu ini mampu menarik perhatian konsumen khususnya kalangan remaja. Pada pagelaran Urban Sneaker Society yang digelar di Jakarta pada November 2019, Desember 2020, dan Desember 2021, Compass menjadi *local brand* yang populer di kalangan pecinta sneakers Tanah Air. Hal ini dipertegas dengan slogan “Bangga Buatan Indonesia” yang digunakan compass. Compass fokus memproduksi sneakers dengan sol vulkanisir dengan harga terjangkau. Compass melanjutkan seluruh proses yang ada dengan mengedepankan prinsip orisinal dan klasik serta menampilkan Indonesia dalam desain, kreativitas, dan antusiasme yang diungkapkan dalam setiap elemennya.



Gambar 1.4 Acara Wall of Fades

Sumber: [instagram/walloffades](https://www.instagram.com/walloffades) (2024)

Dalam artikel yang menjelaskan sepatu Compass yaitu seperti dalam artikel yang berjudul *Sepatu Compass, Sneakers Lokal Anak Bangsa* dalam situs www.bukawarung.com menjelaskan bahwa Belakangan ini sepatu lokal semakin digemari karena kualitasnya yang tidak kalah dengan merek internasional, salah satunya adalah sepatu Compass (BukaWarung, 2020). Meski bukan merek baru, namun sepatu ini tetap tidak kalah dengan kompetitornya. Selain menjaga kualitas produk, Compass juga menawarkan banyak pilihan seperti model dan kombinasi warna yang beragam. Situasi ini relevan dengan riset yang menerangkan bahwa desain produk yang menarik memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Handayani et al., 2020). Dalam artikel yang menjelaskan sepatu Compass yaitu seperti dalam artikel yang berjudul *Alasan Sepatu Compass Banyak Dicari Anak Muda Masa Kini* dalam situs cekaja.com menjelaskan alasan sepatu Compass banyak dicari adalah karena kualitasnya yang bagus. Bahkan, untuk kualitas sepatu Compass, disebut-sebut setara dengan sepatu brand luar negeri Converse, namun masih dengan harga yang lebih murah. Alasan sepatu Compass banyak dicari adalah karena kualitasnya yang bagus. Bahkan, untuk kualitas sepatu Compass, disebut-sebut setara dengan sepatu brand luar negeri Converse, namun masih dengan harga yang lebih murah. Jika dibandingkan dengan harga sepatu brand luar negeri, harga sepatu Compass tentunya lebih terjangkau. Hal tersebut mungkin juga bisa dijadikan alasan sepatu Compass banyak dicari anak muda. Alasan sepatu Compass banyak dicari, selain yang sudah disebutkan adalah karena adanya kolaborasi dengan influencer. Compass kini begitu booming di kalangan anak muda karena, Compass sering melakukan kolaborasi.

CONSUMPTION

RANK	COUNTRY	PAIRS (MILLIONS)	WORLD SHARE
1	CHINA	4 322	20.5%
2	INDIA	2 559	12.2%
3	USA	2 381	11.3%
4	INDONESIA	806	3.8%
5	BRAZIL	705	3.4%
6	JAPAN	585	2.8%
7	PAKISTAN	511	2.4%
8	GERMANY	361	1.7%
9	RUSSIAN FED.	347	1.6%
10	BANGLADESH	333	1.6%

Table 2 – Top 10 Footwear Consumers (Quantity) 2021

Gambar 1.5 Data konsumen produk alas kaki di dunia tahun 2021

Sumber: worldfootwear.com (2023)

Dilansir dari website Worldfootwear, pada tahun 2022 World Footwear Yearbook membuat laporan untuk tahun 2021. Menunjukkan bahwa Indonesia merupakan konsumen produk sepatu terbesar keempat di dunia dengan total konsumsi sebesar 806 juta pasang sepatu atau 3,8 persen dari total konsumsi produk sepatu dunia. Hal ini menjadikan sepatu menjadi lifestyle di kalangan masyarakat Indonesia.

CONSUMPTION

RANK	COUNTRY	PAIRS (MILLIONS)	WORLD SHARE
1	CHINA	3 930	17.9%
2	UNITED STATES	2 683	12.2%
3	INDIA	2 526	11.5%
4	BRAZIL	732	3.3%
5	INDONESIA	702	3.2%
6	JAPAN	620	2.8%
7	PAKISTAN	540	2.5%
8	GERMANY	473	2.1%
9	UNITED KINGDOM	388	1.8%
10	FRANCE	383	1.7%

Table 2 – Top 10 Footwear Consumers (Quantity) 2022

Gambar 1.6 Data konsumen produk alas kaki di dunia tahun 2022

Sumber: worldfootwear.com (2023)

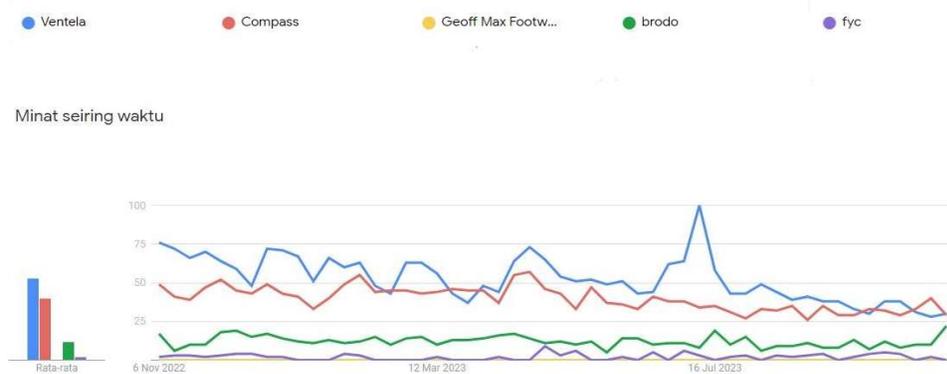
Dilansir dari website Worldfootwear, pada tahun 2023 World Footwear Yearbook membuat laporan untuk tahun 2022 Indonesia tercatat sebagai konsumen produk alas kaki terbesar kelima di dunia dengan total konsumsi sebesar 702 juta pasang sepatu atau 3,2 persen dari total konsumsi produk alas kaki dunia. Hal tersebut menggambarkan betapa tingginya penggunaan produk alas kaki di Indonesia.

Tabel 1. 2 Jenis Merek Sepatu Lokal Terbaik di Indonesia Tahun 2023

No	Merek
1	Compass
2	Saint barkley
3	Ventela
4	Geoff Max Footwear
5	Thanksinsomnia

Sumber: halojabar.com (2023)

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa pada tahun 2023 Compass berada pada posisi 1 merek sepatu lokal menurut halojabar.com. Compass memiliki berbagai macam desain dan kualitas terbaik, tentunya dengan hal tersebut tak heran jika konsumen compass datang dari berbagai kalangan mulai dari remaja hingga orang tua sekalipun.



Gambar 1.7 Grafik perbandingan minat konsumen terhadap 5 merek sepatu lokal di Jawa Barat Tahun 2023

Sumber: *Google trends* (2023)

Jawa Barat yang merupakan daerah asal sepatu compass adalah salah satu daerah terbanyak yang masyarakatnya menggunakan sepatu Compass, dan juga Jawa Barat termasuk kedalam 10 wilayah di Indonesia yang memiliki minat sepatu Compass yang tinggi. Meningkatnya pengguna produk sepatu lokal Indonesia tidak lepas dari banyaknya merek sepatu lokal yang bermunculan. Namun, apa yang menyebabkan kenaikan jumlah konsumen bahkan dapat bersaing dengan merek luar.

Sejak tahun 1920-an Bandung sudah mempunyai sentra industri kerajinan sepatu sendiri yaitu di Daerah Cibaduyut. Pada tahun 1940, jumlah pembuat sepatu di Cibaduyut berjumlah 89 orang. Perkembangan kerajinan sepatu ini begitu pesat sehingga hanya dalam waktu sepuluh tahun, unit kerajinan sepatu telah berkembang hingga 250 unit. Banyaknya usaha kerajinan sepatu di Cibaduyut menjadikan Cibaduyut sebagai sentra industri kerajinan sepatu terbesar di Bandung (Suryani, 2019).



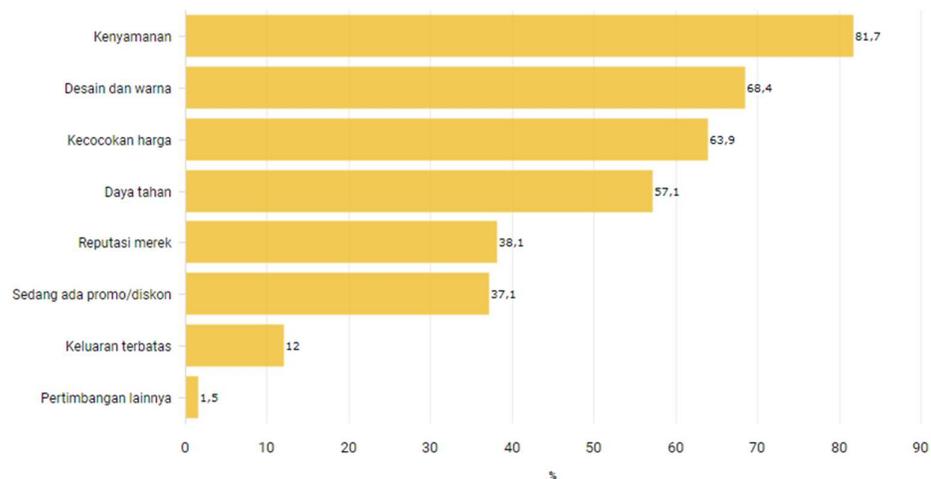
Gambar 1.8 Tugu Sentra Sepatu Cibaduyut

Sumber: Tribun Jabar.id (2023)

Bandung merupakan kota yang sudah sejak lama dikenal sebagai sentra sepatu lokal terbesar sekaligus tertua, yang berpusat di Cibaduyut. Dilansir dari Teamtouring.net, dalam paparan sejarah singkatnya, perkembangan usaha kerajinan sepatu di Cibaduyut dimulai sebelum Indonesia dijajah oleh kolonial Jepang, kira-kira di tahun 1920. Pada 1978, kawasan Cibaduyut berkembang lebih besar lagi. Kali ini dikenal sebagai sentra pembuatan sepatu terbesar di Bandung. Dengan dikenalnya Cibaduyut sebagai sentra pembuatan sepatu terbesar di Bandung, pemerintah Indonesia turun kaki untuk melakukan pengkajian juga bimbingan guna

mengembangkan industri sepatu di sana. Hasilnya, pemerintah Indonesia membangun Unit Pelayanan Teknis atau lebih dikenal dengan UPT. Pada tahun 1989 pemerintah Indonesia pun meresmikan kawasan Cibaduyut sebagai tujuan wisata. Hingga saat ini, tak hanya model sepatu kualitas dunia yang terjual di kawasan Cibaduyut. Namun berbagai barang lainnya seperti dompet, tas, jaket, aksesoris serta berbagai *souvenir* dan cinderamata juga banyak dijual di kawasan perbelanjaan wisata Kota Bandung. Sementara untuk bahan dari aneka barang yang dijual berasal dari berbagai macam bahan diantaranya seperti kulit sapi, domba, kulit ular hingga kulit buaya serta ada juga yang berbahan kulit sintetis atau imitasi.

Dilansir dari website Deskjabar, Bandung dan *fashion* merupakan dua hal yang berkaitan erat dan tak lepas dari sejarah yang melatarbelakanginya sejak zaman Belanda. Bahkan kota wisata *fashion* ini mendapat julukan *Paris van Java*, yang menegaskan bahwa kota mode Paris di Pulau Jawa adalah Bandung. Bandung menjadi kota yang dipilih Belanda sebagai pusat *fashion* di Indonesia sebagai representasi *Paris van Java* tersebut. Sejak dulu, Kota Bandung dikenal sebagai destinasi wisata *fashion* bagi mereka yang ingin mendapatkan model pakaian terbaru yang hits (Syarifah, 2022).



Gambar 1.9 Faktor pertimbangan konsumen indonesia

Sumber: Databoks.katadata (2023)

Berdasarkan data diatas kenyamanan, desain dan daya tahan merupakan bagian dari kualitas produk sepatu, oleh karena itu kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen Indonesia dalam memilih sepatu sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.

Kualitas produk merupakan aspek yang penting bagi konsumen dalam membeli suatu produk. Semakin tinggi kualitas dari suatu produk, semakin tinggi juga minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Kualitas produk merupakan pertimbangan penting yang dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk, hal ini merujuk pada definisi kualitas produk menurut Arinawati dan Suryadi (2021) kualitas produk merupakan totalitas dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dibutuhkan konsumen. Kualitas Produk menjadi hal penting yang wajib diperhatikan perusahaan dalam menciptakan serta memproduksi produk yang ingin dipasarkan, dimana semakin bagus kualitas produk yang dihasilkan maka peluang Konsumen membeli akan lebih besar. Perihal kualitas produk, Sepatu Compass sendiri banyak mendapatkan *review* positif tentang kualitas dan desain dari produk sepatunya, Berbagai *review* positif perihal kualitas produk Compass ditunjukkan pada Gambar 1.9 :

 **Novika**
1 ulasan lengkap
★★★★★ 5 hari lalu
Varian: 42
terimakasih compas store sepatu nya keren design nya unik Dan menarik ukuran kebesaran 1 cm kirain bakal turun 1 cm klo 42 eh ternyata engga tapi overall aman terimakasih compas
Tutup ulasan



 Membantu  Lihat Balasan

 **Galih**
1 ulasan lengkap
★★★★★ 2 bulan lalu
Varian: 38
Secara keseluruhan model dan kualitasnya sangat bagus. Tidak sulit untuk memadukan sepatu ini dengan dengan tampilan kasual, semi formal, dll. Untuk kenyamanan saat pemakaian, ikuti instruksi pemilihan nomor yang tertera di slide. Sukses selalu, Compass! **Tutup ulasan**



 Membantu  Lihat Balasan

 **Nay**
1 ulasan lengkap • 1 terbantu
★★★★★ 3 bulan lalu
Varian: 42
Keren banget asli, puas banget sama barangnya, bahan tebal, dipake nyaman, love banget buat Compass deh pokoknya



 1 orang terbantu  Lihat Balasan

 **B***s**
★★★★★ 3 bulan lalu
Varian: 39
designnya cakepp, dusnya keren, pokoknya the besttt



 2 orang terbantu  Lihat Balasan



Gambar 1.10 Ulasan terhadap Kualitas Produk Sepatu Compass

Sumber: Akun Official Tokopedia Sepatu Compass (2023)

Berdasarkan Gambar 1.7 Brand Compass telah dikenal luas oleh masyarakat dan menempati peringkat pertama sebagai brand sneakers lokal brand terbaik di indonesia. Dari review di atas menunjukkan bahwa kualitas dan desain sepatu compass disukai oleh konsumen. Alasan mengapa sepatu compass begitu populer adalah karena kualitasnya. Bahkan, kualitas sepatu Compass dikatakan setara dengan sepatu Converse yang berasal dari luar negeri, namun dengan harga yang lebih terjangkau. Dikarenakan sebagian besar sepatu Compass dibuat dengan material *upper canvas*, *vulcanized sol*, hingga bahan *twill*. Bahkan, dalam rangkaian spesial hasil kolaborasi Compass dan Uankville, compass menghadirkan sepatu klasik berkualitas tinggi. Selain itu, yang membuat seri ini unik adalah Compass dirancang oleh Oldblue Co. yang terdapat detail kulit sapi.



ajaayy7 28w

Velocity nih bagus bngt buat hangout ,work out , work , recomendnable bngt lah



Reply See translation



blogkopi 21w · ❤️ by author

lama2 sepatu gw compass semua :')



Reply See translation

6



rizkiihwandi 28w · ❤️ by author

setengah tahun pakai velocity buat daily sudah sangat2 tempur wkwkw 🤔🙏🔥



Reply

6



rizkyanggiona_ 83w

@sepatucompass yang menemani mulai dari sekolah,acara formal/nonformal, main jalan-jalan dekat maupun jauh dan kegiatan lainnya yang memakai sepatu adalah Gazelle® low black ukuran 43 yang sangat nyaman di pakai sampai detik ini belum pernah terganti 🙌🔥 lancar terus compass sukses buat kedepannya 🙌



1

Reply See translation



kambingturbo.1104 79w

Waaaahhh keren



Reply



muhammadgustaraa 90w

bagus modelnya



Reply See translation

 sywlsy 31w
Kalo seri yg retrograde agak kecewa saya,, lem nya kalah,, percuma bngt mahal mahal tapi lem nya kualitas,, lem nya diperbaiki lagi min 😞😞 (KECEWA)
Reply See translation

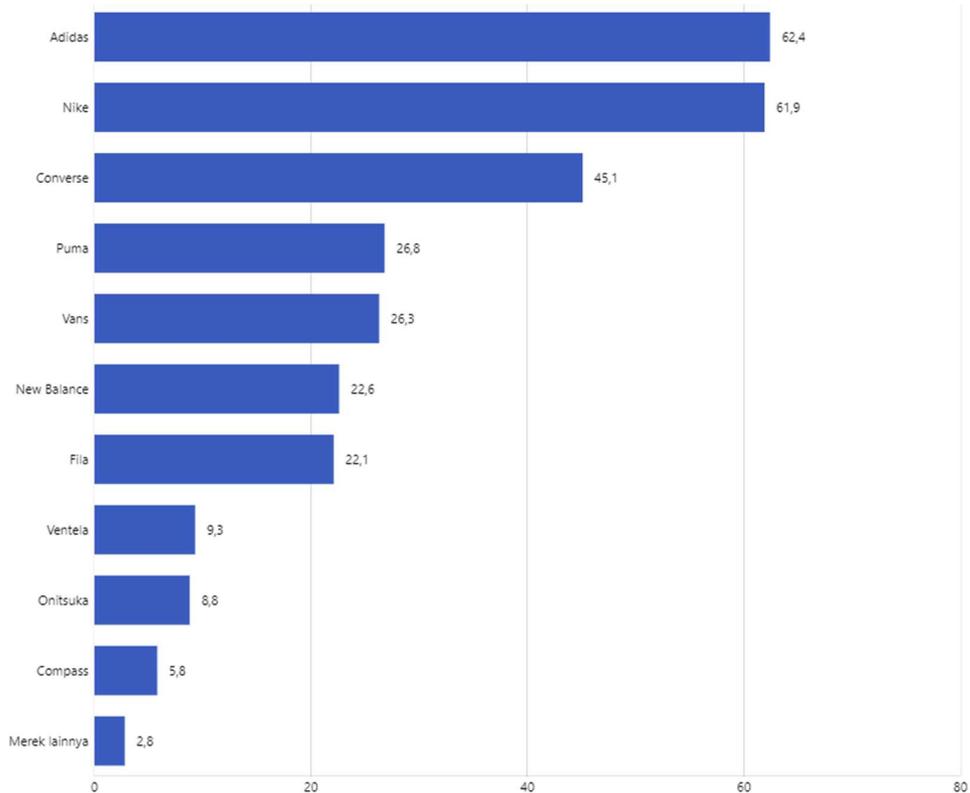
 putra24_pakpahan 56w
Harga elit, kualitas sulitt, beli compass fucking rabbit, belum setahun lem bag upper depan pada lekang , ga pernah di rendam ataupun kena hujan bisa gitu
Reply See translation

 saddamcahyo 50w
Lecet atas tumit gua 😞 desainnya ga nyaman buat jalan santai pun. Hiks.. padahal keren sih..
Reply See translation

Gambar 1. 11 Komentar terhadap Kualitas Produk Sepatu Compass

Sumber: Instagram Official Sepatu Compass (2023)

Berdasarkan komentar yang ada di akun instagram compass, para konsumen dan calon konsumen sangat kualitas dari sepatu compass. Para konsumenpun memberi ulasan di komentar tersebut seperti sepatu compass yang nyaman dipakai dimanapun, dapat dipakai di berbagai jenis kegiatan dan juga masa pakai sepatu yang lama dikarenakan kualitas yang baik dari sepatu compass ini. Dari semua ulasan dan komentar konsumen compass diatas merupakan suatu tahapan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan terhadap pembelian suatu produk.



Gambar 1.12 Hasil survei Kurious dari Katadata Insight Center (KIC), Sneakers Paling Disukai Masyarakat Indonesia

Sumber: Databoks.katadata (2023)

Berdasarkan hasil survei Kurious dari Katadata Insight Center (KIC), Menunjukkan bahwa konsumen lebih banyak memutuskan untuk membeli produk sepatu luar negeri dibandingkan produk sepatu dalam negeri. Meski sepatu lokal belum bisa mendominasi pasar sepatu di Indonesia, namun sepatu lokal tetap mempunyai potensi untuk mendominasi pasar sepatu di Indonesia. Sebagai bagian dari UMKM yang dapat meningkatkan PDB Indonesia, sepatu lokal harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya.

Pada dasarnya, berbagai faktor masa lalu dan masa kini mempengaruhi konsumen. Keputusan di masa depan akan dipengaruhi oleh tindakan saat ini. Jika konsumen puas dengan produk yang dibelinya, kemungkinan besar mereka akan membelinya lagi. Namun, jika konsumen tidak puas dengan produk suatu merek tertentu, kemungkinan besar mereka akan meninggalkannya dan mencoba merek lain. Terdapat aspek spesifik perilaku konsumen yang tidak memerlukan penjelasan jelas

dan rinci. Namun ada juga aspek lain yang belum jelas. Mengingat perilaku konsumen sebenarnya merupakan wujud dari perilaku manusia, maka titik tolak pemahaman konsumen yang pertama adalah perilaku manusia dengan segala kesulitan dan ambiguitasnya.

Agar konsumen merasa puas dengan produk yang dijual oleh perusahaan, diperlukan langkah-langkah pemasaran yang efektif, salah satunya adalah memahami dan mengetahui perilaku konsumen yang diukur melalui aktivitas, minat dan pendapat dari konsumen. Memahami perilaku konsumen dan mengenali konsumen bukan merupakan masalah sederhana. Para konsumen mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka namun bertindak sebaliknya. Para konsumen tersebut tidak memahami motivasi mereka lebih dalam. Mereka lebih menanggapi pengaruh yang mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir proses pembelian (Kotler, 2012).

Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan”. Schiffman dan Kanuk (2008:6) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.

Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penelitian ini berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu merek Compass yang meliputi: kualitas dan desain produk. Sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU COMPASS DI KOTA BANDUNG”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang maka rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana dan seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Di Kota Bandung secara parsial?

2. Bagaimana dan seberapa besar pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Di Kota Bandung secara parsial?
3. Bagaimana dan seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Di Kota Bandung secara simultan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dicantumkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Di Kota Bandung secara parsial.
2. Besar pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Di Kota Bandung secara parsial.
3. Besar pengaruh Kualitas Produk dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Di Kota Bandung secara simultan.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang bagi para pembaca, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Industri
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan acuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produknya dan dapat meningkatkan daya saing industri sepatu lokal terhadap industri sepatu luar negeri.
2. Bagi Akademisi
Manfaat bagi akademisi yaitu dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam melakukan analisis desain dan kualitas produk dan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi pihak lain
Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pengambilan keputusan pembelian produk sepatu compass.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang digunakan penelitian teerdahulu, rangkuman teori, Kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan jenis penelitian dan sumber data, variabel operasional, populasi dan sampel, pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan didalam penelitian ini.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian yang diikuti dengan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan dan saran yang didapatkan berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.