

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan *Mindset* manusia pendahulu dengan era sekarang ini sudah jauh berbeda ilmuwan pendahulu telah menciptakan sistem pemerintahan, sistem pasar, teknologi media informasi, dari beberapa ciptaan tersebut sudah direalisasikan. Dengan telah direalisasikan membuahkan perubahan-perubahan peradaban mikro dan makro yang jauh berbeda dengan masa lampau. Menurut *history* yang tertulis bahwa terjadinya perubahan era lampau menjadi era modern berawal dari abad ke-18 yang sudah *familiar* didengar Revolusi Industri yang pertama (Revolusi Industri 1.0) ditempat negara Inggris, pengaruh besar disebabkan oleh manusia penemuan mesin uap yang mempengaruhi tatanan kehidupan manusia. Mesin uap yang telah dibuat merupakan mekanis pertama kali, kebermanfaatannya sangat mempengaruhi tingkat efektifitas menjadikan produktivitas industri tekstil meningkat. Umat manusia *aware* bahwa mesin memberikan dampak sangat besar bagi tatanan kehidupan (Rahayu, 2019). Setelah memasuki *Era modern* manusia selalu dituntut untuk berinovasi.

Negara Indonesia menganut sistem ekonomi campuran yang bagaimana, pemerintah yang membuat regulasi sistem ekonomi pasar, serta memiliki wewenang pengawasan kepada pihak swasta, yang paling terpenting pemerintah tidak membolehkan perusahaan memonopoli dalam sektor usaha telah diatur dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli, dalam artian tidak diperbolehkannya dalam sektor usaha yang isinya hanya satu

perusahaan saja tetapi harus ada beberapa perusahaan yang menggeluti sektor usaha tersebut, hal itu agar ekonomi pasar persaingan sempurna. Perumusan sistem ekonomi campuran dengan pasar sempurna nya sudah diatur di UUD 1945, Dahulu Indonesia pernah dilanda musibah krisis moneter di tahun 1998 bagaimana cara melewati dari bencana krisis moneter, Indonesia memulihkan dengan *resistensi* usaha UMKM dan kebijakan koperasi. Pasar yang sempurna inilah yang selalu di idam-idamkan negara republik Indonesia, karena kebutuhan kesejahteraan manusia terpenuhi dalam artian manusia bisa melakukan atas kehendak hati nya sendiri dalam pengambilan tindakan, kreatif, dan inovatif. Mengapa Indonesia menjadikan ekonomi pasar yang sempurna yang terutama seluruh instansi mempunyai kenikmatan pemerintah dan swasta mempunyai hak atas *asset* nya sendiri contoh mesin, lahan, kendaraan dan pabrik atau lainnya. Selain itu demi mewujudkan perekonomian Indonesia untuk disebut sebagai negara yang maju pemerintah dengan swasta wajib aktif bekerjasama demi kelancaran segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan ekonomi campuran.

Kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan hampir tiap waktunya dalam pasar yang sempurna yakni transaksi, transaksi adalah kesepakatan kedua pihak antara pembeli dan penjual untuk melakukan pertukaran barang dan jasa yang ditukar oleh nilai tukar yaitu uang, emas atau lainnya. Pemerintah dan swasta upaya memperoleh keuntungan dalam praktik jual beli masing-masing instansi harus memiliki standar produk atau jasa yang telah diatur dengan sempurna, serta marketing produk atau jasa nya yang ditawarkan kepada masyarakat luas dapat menarik pelanggan yang secara tidak langsung menimbulkan stimulus hati

dan pikiran di benak. Berdasarkan teori ekonomi yang dilakukan pelaku penawar dan pembeli berlandaskan hukum permintaan dan penawaran pertukaran uang dengan barang dan jasa ini menggunakan prinsip-prinsip hukum permintaan dan penawaran. (Damayanti, 2017). Kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan hampir tiap waktunya dalam pasar yang sempurna yakni transaksi, transaksi adalah kesepakatan kedua pihak antara pembeli dan penjual untuk melakukan pertukaran barang dan jasa yang ditukar oleh nilai tukar yaitu uang, emas atau lainnya. Pemerintah dan swasta berupaya memperoleh keuntungan dalam praktik jual beli masing-masing instansi harus memiliki standar produk atau jasa yang telah diatur dengan sempurna, serta marketing produk atau jasanya yang ditawarkan kepada masyarakat luas dapat menarik pelanggan yang secara tidak langsung menimbulkan stimulus hati dan pikiran di benak. Berdasarkan teori ekonomi yang dilakukan pelaku penawar dan pembeli berlandaskan hukum permintaan dan penawaran pertukaran uang dengan barang dan jasa ini menggunakan prinsip-prinsip hukum permintaan dan penawaran. (Damayanti, 2017).

Melihat *history* adanya penemuan mesin uap yang digunakan oleh Industri tekstil untuk melakukan produksi sebuah pakaian, hal itu dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan sandang manusia. Yang perlu kita ketahui kebutuhan primer manusia terdapat sandang dan pangan, tidak elok dan tidak sehat untuk saat ini manusia tidak menggunakan attribute sandang. Tidak hanya mesin untuk produksi pakaian saja yang sudah terwujudkan, tetapi penemuan mesin untuk menciptakan alas kaki juga telah ada, manusia membutuhkan alas kaki dalam

setiap hari nya. Penemuan ini pengaruh adanya selaku pebisnis yang turut aktif dalam melihat fenomena yang ada, *urgensi* bisa diatasi apabila manusia memikirkannya.

Sebagian besar masyarakat Indonesia dalam penggunaan alas kaki lebih memilih menggunakan sepatu sandal, hal itu jelas disebabkan beberapa alasan, yang pertama kondisi psikologis, dan pengaruh lingkungan menurut Mahasiswa Pencinta Alam Unit Pandu Lingkungan Universitas dengan membeberkan jawabannya banyak masyarakat besar Indonesia lebih memilih menggunakan sandal, hal tersebut dikarenakan harga lebih murah dan praktis (Sumber: Travel.tribunnews.com, 2017). Sedangkan menurut Ardisa Valensiadengan menjawab pertanyaan terkait mengapa orang Indonesia suka memakai sandal, karena pengaruh Indonesia negara tropis identik yang hawa panas, selain itu juga ringkas, dan murah dalam (id.quora.com). perusahaan yang memproduksi sepatu

Melihat *history* adanya penemuan mesin uap yang digunakan oleh Industri tekstil untuk melakukan produksi sebuah pakaian, hal itu dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan sandang manusia. Yang perlu kita ketahui kebutuhan primer manusia terdapat sandang dan pangan, tidak elok dan tidak sehat untuk saat ini manusia tidak menggunakan attribute sandang. Tidak hanya mesin untuk produksipakaian saja yang sudah terwujudkan, tetapi penemuan mesin untuk menciptakan alas kaki juga telah ada, manusia membutuhkan alas kaki dalam setiap hari nya. Penemuan ini pengaruh adanya selaku pebisnis yang turut aktif dalam melihat fenomena yang ada, *urgensi* bisa diatasi apabila manusia

memikirkannya.

Sebagian besar masyarakat Indonesia dalam penggunaan alas kaki lebih memilih menggunakan sepatu sandal, hal itu jelas disebabkan beberapa alasan, yang pertama kondisi psikologis, dan pengaruh lingkungan menurut Mahasiswa

Pencinta Alam Unit Pandu Lingkungan Universitas dengan membeberkan jawabannya banyak masyarakat besar Indonesia lebih memilih menggunakan sandal, hal tersebut dikarenakan harga lebih murah dan praktis (Sumber: Travel.tribunnews.com, 2017). Sedangkan menurut Ardisa Valensi dengan menjawab pertanyaan terkait mengapa orang Indonesia suka memakai sandal, karena pengaruh Indonesia negara tropis identik yang hawa panas, selain itu juga ringkas, dan murah dalam (id.quora.com). perusahaan yang memproduksi sepatu sandal sangat banyak di Indonesia tetapi perusahaan sepatu sandal yang dikenal banyak masyarakat Indonesia tidaklah banyak, agar diminati kepada pelanggan ataupun konsumen menurut Kotler & Armstrong (2016:177), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Serta berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sandal sepatu merek Bata pada toko Bata tolitoli”. Menjelaskan bahwa hasil penelitian diketahui kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk sangat berpengaruh dominan terhadap daya

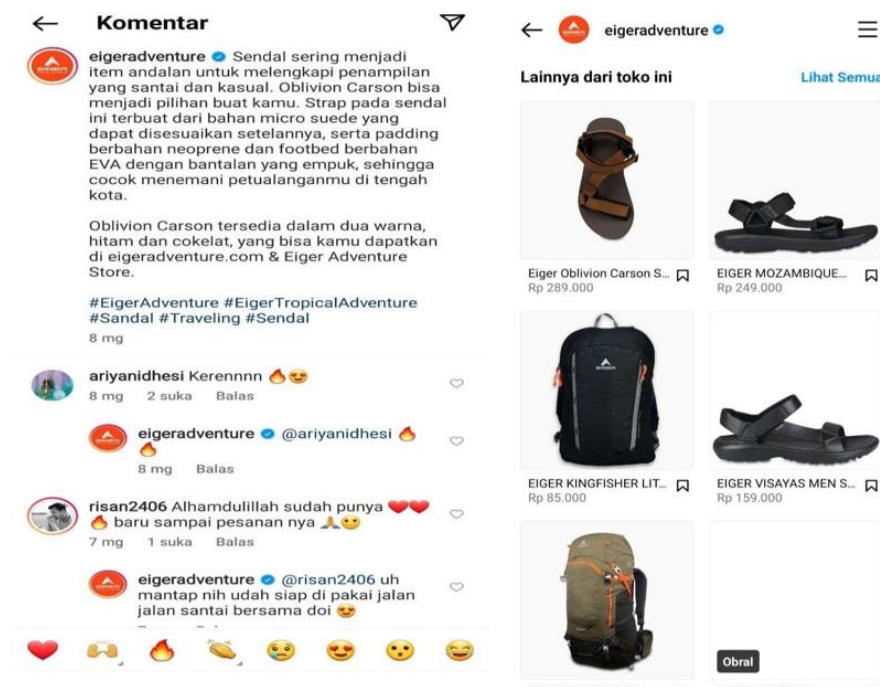
keputusan pembelian konsumen.

Perusahaan PT. eigerindo yang melakukan aksi usaha *sector rill* dengan memproduksi produk sepatu sandal eiger sangatlah *proffesional*, Produk sepatu sandal eiger sudah banyak diminati di Indonesia, populer dikalangan anak muda hingga dewasa, penggunaan sepatu sandal eiger bisa digunakan oleh semua *gender* yang dimaksud laki-laki dan perempuan bisa digunakan. Seperti yang dilakukan oleh Astari Ratnadya S seseorang yang memiliki hobi mengembara mengomentari terhadap suatu produk sepatu sandal merek Indoensia yaitu pendapat mengenai sepatu sandal eiger, menurut Astari Ratnadya S sepatu sandal eiger merupakan salah sepatu sandal outdoor yang digemari oleh banyak orang, nyaman untuk digunakan dan memiliki model yang trendi (my-best.id).

Perusaahan PT. egerindo agar mendapatkan keputusan pembelian kepada pelanggan ataupun konsumen oleh masyarakat besar Indonesia, dalam menawarkan sebuah produk sepatu sandal nya di sebuah gerai offline, informasi kepada CEO Eiger Christian Hartanto Sarsono eiger memiliki gerai 232 lokasi beserta sejumlah sekitar 100 lokasi yang milik authorize reseller kita. Apa itu authorize reseller jadi itu tidak dikelola oleh kita secara langsung, namun dengan partner kita. Dalam hal itu memang konsumen tidak, tapi hal seperti itu tidak ada pengaruh sebab secara konsep standar pelayanan, itu sama. Jadi totalnya ada sekitar 332 lokasi (merdeka.com). Sekarang ini *Era modern* sudah berkembang jauh dari era (Revolusi Industri 1.0) sudah memasuki tahap (Revolusi Industri 4.0). Salah satu faktor penyebab perubahan yang telah terjadi dengan adanya kemunculan teknologi yang semakin canggih. Teknologi pada (Revolusi Industri

4.0) telah memasuki penggunaan *cyber physical system*. Sarana teknologi media informasi sekarang populer digunakan sebagai *market* untuk mendapatkan penjualan seperti penjualan di website pribadi, eiger memiliki hal tersebut yang bernama *eigeradventure.com*, selain itu eiger juga memberikan sarana informasi beserta penjualan produknya dengan menggunakan media sosial Instagram, Instagram eiger bernama *eigeradventure* penggunaan teknologi sudah dianggap sebagai investasi mahal dalam bisnis, Dengan memanfaatkan teknologi pelaku usaha dapat bisa juga mendapatkan realisasi penjualan, Sebagai berikut gambar Instagram eiger.

Gambar 1. 1 Gambar Instagram Eiger



(Sumber: Instagram)

Dalam gambar yang mengartikan eiger dalam memberikan sebuah informasi produknya dengan menggunakan alat modern, dalam gambar 1.1 eiger menjelaskan di caption bahwa produk sandal nya item andalannya, sepatu sandal

eiger memiliki pengaruh terhadap penampilan, selain itu juga menjelaskan bahan materil sepatu sandalnya. Postingan ini memberikan stimulus kepada pelanggan ataupun konsumen seperti dalam gambar komentar dari ariyanidhesi menyebutkankeren, sedangkan risan2406 menyebutkan kalua sudah melakukan pembelian sepatu sandal itu melalui online marke, Dengan melihat fenomena dalam gambar bahwa manusia untuk tertarik tentunya dipengaruhi oleh objek yang bisa memberikan stimulus sehingga manusia terdorong karena keinginannya, dalam hal ini bagaimana manusia bisa mendapatkan merasakan keinginan yang pertamakarena manusia memiliki panca indera, hal ini berkaitan dengan pengertian motivasi merupakan kata yang berasal dari movere, yang artinya menggerakkan, Menurut ahli Weiner motivasi kondisi internal yang akan membuat bertindak, mendorong untuk mencapai tujuan tertentu, dan membuat tertarik dalam kegiatan tertentu. Motivasi konsumen menurut ahli Sumarwan adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

Perusahaan Eiger serta para pelaku usaha lainnya tentunya tidak akan berjalan mulus seperti yang kita prediksi, Karena kondisi faktor alam ataupun politik tidak bisa di prediksi, melihat saat ini Indonesia tertimpa musibah pandemi Covid-19, sektor riil sangat terdampak seperti yang dialami oleh perusahaan eiger mengalami penurunan sebelum pandemi dibandingkan disaat pandemi. Berdasarkan data dari BPS sektor riil sudah mengalami krisis diakibatkan pandemiCovid-19. Hal ini diakibatkan oleh kebijakan pemerintah yang telah membuat pasartutup, dikarenakan salah satu upaya pemerintahan

untuk menekan penyebaran virus Covid-19 dan mementingkan kesehatan masyarakat Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah seperti adanya peraturan PSBB atau PPKM yang membuat pelaku bisnis tidak leluasa.

Melihat kondisi pandemi yang seperti ini pengembangan pemanfaatan teknologi merupakan jalan keluar, sebab memberikan dua manfaat dalam penyelesaian bisnis selama krisis. Pertama teknologi membuat mudah berkomunikasi dikarenakan adanya peraturan dari pemerintah yaitu tidak boleh

ini bagaimana manusia bisa mendapatkan merasakan keinginan yang pertama karena manusia memiliki panca indera, hal ini berkaitan dengan pengertian motivasi merupakan kata yang berasal dari movere, yang artinya menggerakkan, Menurut ahli Weiner motivasi kondisi internal yang akan membuat bertindak, mendorong untuk mencapai tujuan tertentu, dan membuat tertarik dalam kegiatan tertentu. Motivasi konsumen menurut ahli Sumarwan adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan.

Perusahaan Eiger serta para pelaku usaha lainnya tentunya tidak akan berjalan mulus seperti yang kita prediksi, Karena kondisi faktor alam ataupun politik tidak bisa di prediksi, melihat saat ini Indonesia tertimpa musibah pandemi Covid-19, sektor riil sangat terdampak seperti yang dialami oleh perusahaan eiger mengalami penurunan sebelum pandemi dibandingkan disaat pandemi. Berdasarkan data dari BPS sektor riil sudah mengalami krisis diakibatkan pandemi Covid-19. Hal ini diakibatkan oleh kebijakan pemerintah

yang telah membuat pasar tutup, dikarenakan salah satu upaya pemerintahan untuk menekan penyebaran virus Covid-19 dan mementingkan kesehatan masyarakat Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah seperti adanya peraturan PSBB atau PPKM yang membuat pelaku bisnis tidak leluasa.

Melihat kondisi pandemi yang seperti ini pengembangan pemanfaatan teknologi merupakan jalan keluar, sebab memberikan dua manfaat dalam penyelesaian bisnis selama krisis. Pertama teknologi membuat mudah berkomunikasi dikarenakan adanya peraturan dari pemerintah yaitu tidak boleh berkerumun, membuat pernah karyawan atau pekerja diminta menyelesaikan pekerjaannya di rumah atau *work from home* teknologi informasi membantu pelakubisnis komunikasi dan informasi tetap berjalan dengan baik seperti yang dilakukan penggunaan *software zoom*, *google meet* atau *software* lain. Kedua kondisi pandemi yang sudah berlangsung lama ini banyak sektor bisnis gulung tikar namun memiliki banyak peluang bisnis di kondisi seperti ini yaitu dengan online banyak usaha offline yang beralih pada sektor usaha online dan memanfaatkan secara online di pengembangan bisnis. Situasi pandemi seperti ini eiger atau perusahaan lainnya bisa terinspirasi dari yang sudah dilakukan oleh perusahaan nike di masa pandemi nya, strategi untuk yang dilakukan pertama akibat dampak pandemi penurunan realisasi penjualan yang drastis nike melakukan penutupan gerai offline di china, lalu melakukan keberalihan intensitas offline ke aktivitas online yang sangat utuh penunjang keberhasilannya dikarenakan adanya pengembangan digital platform, tidak lupa juga menjalin hubungan online dengan pelanggan dan konsumen selalu aktif

melakukan komunikasi terkait produk nya, Dengan strategi nya untuk melawan situasi pandemi nike di masa pandemi akhirnya memperoleh laporan penjualan meningkat 7%. (Wire, 2021) (www.daya.id). Selain itu eiger di masa pandemi juga di masa pandemi eiger mempunyai strategi penawaran-penawaran menarik pada konsumen seperti *discount* harga berikut contoh gambarnya.

Gambar 1. 2 Gambar Instagram Eiger



(Sumber: Instagram)

Dalam gambar ini memiliki kaitan dengan teori motivasi konsumen, yang dimana motivasi terdapat ada dua macam yaitu rasional dan emosional. Kebutuhan rasional yang dimana manusia berpikir secara rasional terhadap kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang beserta lainnya sedangkan untuk emosional konsumen dapat stimulus kebahagiaan terhadap suatu produk hal itu dipengaruhi dengan peranan produk sepatu sandal eiger Berdasarkan dalam gambar menjelaskan pada seluruh produk eiger mendapatkan potongan

17% dari harga aslinya, untuk produk tertentu ada yang terdapat potongan harga 76%, bagi yang membeli produk eiger di atas 500 ribu rupiah mendapatkan potongan harga 8% danditambah lagi gratis biaya pengiriman, di sosial media juga membuktikan kalau media informasi memberikan stimulus kebahagiaan serta dengan adanya.

Penawaran yang menarik memberikan tambahan stimulus kepada pelanggan, konsumen. Bisnis perusahaan semakin mudah di masa pandemi apabila ruang dalam komunikasi lebih efisien, seperti yang dilakukan oleh eiger informasi oleh Ika Yuniar salah satu pegawai dari eiger Tunjungan Plaza II menjelaskan bahwa dalam kondisi pandemi seperti ini seluruh gerai eiger di Jawa timur di tiap bulan nya melakukan *zoom meeting*, dalam informasi, promosi produk sering dilakukan di Instagram dan website. Eiger dalam pencapaiannya selama ini terhadap perusahaannya mengupayakan selalu membuat terus berkembang, dan tetap bertahan di urutan *top brand index*, tentunya eiger memiliki *planning* dan *strategy* dalam hal mempromosikan produknya, Agar berjalan dengan lancar harus dibekali juga dengan promosi yang baik, keunggulan produk agar dapat bisa kompetitif oleh perusahaan lain. Kegiatan-kegiatan perusahaan eiger dalam promosi sepatu sandal sudah banyak yang dilakukan, sehingga produk sepatu sandal eiger telah meninggalkan persepsi yang positif bagi masyarakat besar Indonesia, hal tersebut dibuktikan oleh data dari Top Brand Index berikut tabelnya

Tabel 1. 1 Tabel Top Brand Index

2018			2019			2020		
Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP	Merek	TBI	TOP
Carvil	20,4%	TOP	Carvil	19.2%	TOP	Carvil	25.1%	TOP
Bata	16,4%	TOP	Bata	11.1%	TOP	Bata	12.2%	TOP
Eiger	11,8%	TOP	Neckerman	10.3%	TOP	Neckerman	10.5%	TOP
Yongky Komaldi	6,6%		Kickers	10.0%		Kickers	8.8%	
Fladeo	5,2%		Eiger	8.8%		Eiger	8.1%	

(Sumber: topbrand-award.com)

Berdasarkan tabel Top Brand Index merek Eiger pada tahun 2018 Eiger memiliki perolehan 11.8% persen dan mendapatkan kedudukan TOP brand dengan urutan yang ke-tiga. Pada tahun 2019 menggapai perolehan 8.8% persen yang kedudukannya berada di tempat ke-lima. Pada tahun 2020 perolehan nya yaitu 8.1% persen menurun dibanding tahun sebelumnya dan kedudukannya berada di tempat ke-lima. Dalam periode tiga tahun dua tahun belakangan ini yakni 2020, dan 2019 mengalami perolehan presentase yang menurun sekitar 3% persen di 2018-2019, dan 0,7% di persen 2019-2020.

Pada tahun 2019 dan 2020 sepatu sandal eiger mendapatkan perlawanan *brand* baru di TBI yaitu dari *brand* Kickers dan Neckerman. Sepatu sandal Kickers di tahun 2019 memiliki perolehan 10.0% persen dan di tahun 2020 perolehannya 8.8% persen. Sepatu sandal Neckerman di tahun 2019 memiliki perolehan 10.3% persen dan di tahun 2020 perolehannya 10.5%. dari *brand* pesaing baru ini kickers dan neckerman di tahun 2019 dan 2020 kedudukannya berada di atas eiger. Selain itu yang selalu yang menjadi pesaing sepatu sandal eiger serta menjadi *market leader* yaitu brand Carvil dan Bata, yang selalu eksis dengan peringkat 1 dan 2 nya untuk yang ke-1 Carvil, dan ke-2 Bata sebagai

kategori TOP brand dalam tahun 2018, 2019, dan 2020.

Sementara ini sepatu sandal eiger dalam pencapaiannya meninggalkan perspektif positif di benak masyarakat, namun kedudukan eiger sekarang dibawah merek neckerman, dan kickers, tapi eiger bisa bersaing. Pendapat masyarakat tertentu sepatu sandal eiger juga mampu memenuhi kebutuhan, kualitas yang bagus, hingga penawaran-penawaran dari tim *management* yang menarik. Hal itu menyebabkan berpengaruh dengan keputusan pembelian, Menurut Kotler Kevin Lane Keller Keputusan pembelian yaitu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya, beberapa variabel tentunya juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Eiger sering sekali dinobatkan oleh masyarakat besar sebagai merek lokal yang terbaik. Menurut Estrin Vanadiani Lestari memberitahukan merek-merek lokal outdoor yang terbaik, dan nominasi yang pertama dimiliki merek Eiger (www.cekaja.com, 2020). Berdasarkan menurut Nadiyah Kusindraini telah merekomendasikan 10 merk sepatu sandal outdoor yang terbaik, awet, dan nyaman saat dipergunakan, dari ke 10 merk itu terdapat salah satunya sepatu sandal eiger dan juga ada produk lokal lain yaitu consina, dengan penilaian sepatu sandal yang awet membuktikan bahwa kategori kualitas produk yang positif. Berikut dalam tabel merek yang direkomendasikan

Tabel 1. 2 Tabel Merek Yang Di Rekomendasikan

Merek	Nama Produk
1. Adidas	Cyprex Ultra II
2. Teva	Women SanbornUnivers
3. Consina	Adventure Trekker
4. Jack wolfskin	Seven Seas
5. Eiger	Caldera Women
6. Blackkelly	LRS 593
7. Quechua	Arpenaz 50
8. Catenzo	Trendy RN 976
9. Rei	Pesagi
10. Java Seven	Lunardi 3 Red Men's OutdoorSandal & FlipFlops

(Sumber: cekaja.com)

Sepatu sandal eiger memiliki kualitas, pengertiannya kualitas adalah tingkat kemampuan rendah tinggi nya yang telah dimiliki suatu barang tertentu, sehingga menimbulkan persepsi pada manusia lainnya berupa tolak ukur bagus atau tidak nya barang itu seperti dijelaskan oleh Kotler dan Amstrong, bahwa semakin baik kualitas suatu produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Contoh lainnya pengertian kualitas produk adalah persepsi orang-orang yang timbulnya kriteria-kriterianya sehingga menghasilkan penilaian baik atau buruk pada produk dan menurut Kotler bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinyahal itu termasuk keseluruhan durabilitas.

Berdasarkan informasi yang ada terhadap produk sepatu sandal pesaing baru yaitu neckerman dan kickers, Menurut Muthmania dalam persepsi nya ialah produk merek neckerman produk biasa dikenal kualitas produk yang baik serta

memiliki model klasik yang pantas bisa digunakan di acara resmi, selain itu dibanderol harga yang ekonomis (Bacteriality.com, 2021.), dan Menurut Rayi Dwitiya Larasati dalam persepsi nya merekomendasikan sepatu sandal Neckerman di produk ini memiliki model yang klasik berbahan karet yang alami dan Neckerman memiliki harga yang ekonomis dengan harga yang berkisar Rp. 139 ribuan (Review.bukalapak.com,.2021). Sedangkan sepatu sandal Kickers menurut Bayu dalam persepsi nya tentang sepatu sandal yang *worth it* yaitu fleksibilitas dan kemudahan pada sandal menggunakannya selalu dijadikan alasan utama, sesuai karakter Indonesia yang tidak mau repot, dan merekomendasikan sepatu sandal kickers, Alasannya memiliki desain sangat sederhana memiliki dasar bahan semi brush off, outsole thermoplastick sehingga dapat dipastikan akan kuat serta nyaman dipakai untuk kegiatan sehari-hari, maupun saat sedang bersantai, Sepatu sandal kickers persepsi kickers terhadap masyarakat juga memiliki *desain* dan kualitas, dari ketiga merek memiliki persepsi kualitas yang bagus.(Www.priceza.co.id, 2021.).Sepatu sandal eiger, neckermann, kickers memiliki karakter, *desain* yang diminati sehingga masing-masing memiliki strategi dan taktik dalam kualitas produk, selain itu ketiga merek tersebut memberikan dorongan hasrat keinginan manusia. Ketiga merek itu meninggalkan perspektif cukup baik kepada masyarakat lantas kenapa kepada merek eiger sementara ini menurun dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Dalam tahun belakangan ini 2021 gerai eiger Tunjungan Plaza II memiliki perubahan penjualan daripada tahun sebelumnya 2020, sebagai berikut tabelnya.

Tabel 1. 3 Tabel Penjualan Gerai Eiger Tunjungan Plaza

TP II SURABAYA November 2021							
WK	Tanggal	Jumlah Pengunjung		Jumlah Transaksi		Jumlah Pembeli	
		2020	2021	2020	2021	2020	2021
V	7	113	90	99	80	106	86
I	GT.	575	460	490	404	533	434
V	8	129	42	107	35	125	38
V	9	37	49	31	41	34	45
V	10	40	44	35	37	37	42
V	11	90	52	78	43	85	49
V	12	62	67	51	59	58	63
V	13	66	103	57	87	62	99
V	14	107	82	95	70	100	79
II	GT.	531	439	454	372	501	415
V	15	87	30	78	25	78	27
V	16	42	37	36	31	39	33
V	17	45	57	36	50	42	53
V	18	43	48	36	41	39	45
V	19	50	51	42	43	46	47
V	20	53	77	43	67	49	73
V	21	109	96	98	87	103	92
III	GT.	429	396	369	344	396	370
V	22	105	38	88	32	102	35
V	23	45	57	38	50	42	54
V	24	50	52	41	45	47	48
V	25	57	51	49	44	54	47
V	26	72	66	61	59	69	52
V	27	62	85	55	78	58	77
V	28	128	99	111	92	124	93
IV	GT.	519	448	443	400	496	406
V	29	126	57	116	50	122	52
	30	62	46	57	41	58	41
	31		0	0	0		
V	GT.	188	103	168	91	181	93
	#	2,242	1846	1,924	1,611	2,107	1,718

Dari hasil data menjelaskan tahun 2020 dan 2021 informasi jumlah pengunjung, jumlah transaksi, serta jumlah pembeli di bulan November. Pada tahun 2020 masuk dalam jumlah 188 pengunjung sedangkan di tahun 2021 masuk dalam jumlah 103 dari perbandingan kedua tahun di tahun 2020 lebih banyak 53 pengunjung. Pada kolom jumlah transaksi di tahun 2020 masuk dalam 168 transaksi pada tahun 2021 91 transaksi, perbandingan dari kedua tahun di tahun 2020 lebih banyak 77 transaksi. Kolom jumlah pembeli menjelaskan di tahun 2020 jumlah memiliki 181 pembeli sedangkan di tahun 2021 93 pembeli dari kedua tahun terdapat perbandingan tahun 2020 lebih banyak sejumlah 88 pembeli, Menurut ika yuniar merupakan salah satu pegawai di eiger TP II Surabaya yang sudah bekerja dari tahun 2019 sampai sekarang ini pada produk sepatu sandal eiger kualitas produk nya tetapsama,

namun dari tiap tahunnya hadir produk sepatu sandal yang baru, menurutnya peristiwa menurun jumlah pembeli di tahun sekarang ini diakibatkan salah satu nyapandemi yang belum usai. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian variabel kualitas produk, motivasi konsumen, keputusan pembelian pada produk sepatu sandal eiger. Mengapa sepatu sandal eiger dalam tahun belakangan ini selalu menurun, dalam kompetisi dengan pesaing baru neckerman dan kickers memiliki kesamaan yaitu kemampuan kualitas produk dan desain menarik. Apakah kualitas dan desain pada produk sepatu sandal eiger lebih dibawah oleh neckerman dan kickers, Apakah promosi penawaran sepatu sandal eiger telah menurun sebab motivasi konsumen terhadap sepatu sandal eiger telah menurun dari tahun ke tahunnya dan keberadaan sepatu sandal neckerman, dan kickers yang semakin meningkat. oleh karena itu penulis membuat penelitian sepatu sandal eiger dengan variabel yang dikaji yaitu seberapa pengaruh kualitas produk terhadap pengambilan keputusan sepatu sandal eiger, perkembangan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu sandal eiger. Melihat seberapa besar signifikan pengaruhnya mengenai variabel-variabel keputusan pembelian dalam sepatu sandal eiger. Seluruh informasi dan sumber yang tersedia yang telah didapatkan di masyarakat untuk sebagai data peneliti. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPATU SANDAL EIGER”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu sandal Eiger?
2. Apakah motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepatu sandal eiger?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tujuan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepatu sandal eiger.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada sepatu sandal eiger.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi penulis sebagai ilmu penulisan karya ilmiah, manfaatnya teori dan praktek yang akan digunakan untuk dalam karir selanjutnya.

2. Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai konsumsi para pembaca untuk

mendapatkan sumber ilmu dan wawasan serta sebagai referensi bagi peneliti yang hendak melakukan penelitian serupa dan khususnya pada konsentrasi manajemen pemasaran.

3. Bagi praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai riset yang bermanfaat bagi perusahaan menambah informasi mengenai pengaruh kualitas produk dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian.