

BAB IV

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Wawancara yang dilakukan kepada 12 responden di Semarang yang sudah melakukan pembelian sepatu Merek Vans di Mats Store antara bulan juli- desember 2016. Pertanyaan tentang sepatu Vans diberikan dalam bentuk wawancara langsung kepada 12 responden.

4.1 Karakteristik responden

Karakteristik responden disajikan dalam bentuk umur dan pekerjaan sebagai berikut

a. Umur responden

Dari responden yang telah melakukan pembelian sepatu Vans di Mats Store, sangat memungkinkan untuk bervariasi berdasarkan umur. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jumlah Responden Menurut Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase
16-20	1	8.33
21-25	10	83,34
26-30	1	8.33

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.1 sebagian responden berumur 21-25 sebanyak 10 orang atau 83.33%. Hal ini menjelaskan bahwa pengguna sepatu merek Vans adalah anak muda dan biasanya pada umur tersebut seseorang mempunyai keinginan dan kemampuan dalam membeli suatu produk yang diinginkannya. Dikutip dari website resmi Pt Gagan Indonesia selaku distributor resmi sepatu Vans di Indonesia sasaran utama dari penjualan sepatu Vans tersebut adalah konsumen muda dan aktif, hal ini memperjelas bahwa sasaran sepatu Vans telah sesuai dengan target pasar sepatu Vans.

b. Pekerjaan responden

Pekerjaan umumnya sangat memungkinkan bagi seseorang untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam pengambilan suatu keputusan. Tabulasi responden mengenai pekerjaan disajikan dalam bentuk berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Mahasiswa	7	58.33
Karyawan	4	33.34
Wiraswasta	1	8.33
Jumlah	12	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa sebanyak 7 responden atau 58.33% adalah mahasiswa. Hal ini memberikan penjelasan bahwa pengguna sepatu Vans adalah kalangan Mahasiswa yang masih dikategorikan dalam usia muda dan aktif yang sesuai dengan tujuan dan sasaran perusahaan sepatu Vans. 4

dari 12 responden mempunyai pekerjaan sebagai karyawan dan sisanya 1 responden bekerja sebagai wiraswasta

c. Tingkat pengeluaran responden

Pengeluaran perbulan umumnya memungkinkan bagi seseorang untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam pengambilan suatu keputusan dalam memilih suatu produk. Tabulasi responden mengenai tingkat pengeluaran disajikan dalam bentuk berikut :

Tabel 4.3
Tingkat pengeluaran responden

Pengeluaran responden / bulan	Jumlah Responden	Persentase
1.000.000-3.000.000	10	83.34
3.000.001-5.000.000	1	8.33
5.000.001-7.000.000	1	8.33
Jumlah	12	100

Sumber data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa sebanyak 10 responden mempunyai tingkat pengeluaran per bulan antara 1.000.000-3.000.000 karena rata-rata dari responden masih mempunyai status mahasiswa dan belum bekerja, 1 di antara 12 responden mempunyai tingkat pengeluaran 3.000.001-5.000.000 yang mempunyai profesi sebagai dokter sehingga mempunyai tingkat pengeluaran yang cukup tinggi dan sisanya mempunyai tingkat pengeluaran yang tinggi antara 5.000.001-7.000.000 yang berprofesi sebagai pegawai negeri.

4.2 Proses pengambilan keputusan pembelian sepatu Vans di Mats Store

4.2.1 Pengenalan kebutuhan

Menggunakan sepatu yang diinginkan merupakan hal yang sangat diharapkan oleh setiap orang. Karena itu, hampir semua orang mengeluarkan uang lebih banyak untuk mendapatkan sepatu yang diinginkan tersebut. Saat ini sepatu merupakan kebutuhan bagi semua orang tidak hanya untuk melindungi kaki dari panas matahari ketika berpergian akan tetapi untuk menambah percaya diri dll, berikut harapan dari responden ketika ingin membeli sepatu :

1) Menjadi terlihat lebih menarik / Menarik perhatian

Harapan ketika ingin membeli sepatu agar menjadi terlihat lebih menarik diungkapkan 10 dari 12 responden atau sebagian besar responden, dapat dilihat di sini ketika ingin membeli sepatu responden tidak hanya ingin menutupi kaki dari sinar matahari atau hanya melindungi kaki tetapi responden ingin menggunakan sepatu agar terlihat lebih menarik. Hal ini dapat dikaitkan dengan teori Kotler dan Armstrong (2012:226) bagian faktor psikologi “motivasi merupakan kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Seseorang memiliki banyak kebutuhan bersifat psikogenis; kebutuhan tersebut muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok.” Jika dikaitkan kebutuhan akan pengakuan di sini adalah kebutuhan konsumen akan pengakuan ingin terlihat lebih menarik ketika menggunakan sepatu Vans tersebut.

2) Lebih percaya diri

Harapan konsumen agar lebih percaya diri ketika menggunakan sepatu Vans yang ingin dibelinya diungkapkan oleh 7 dari 12 responden hal ini membuktikan bahwa persepsi seseorang yaitu menambah percaya diri cukup mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk.

4.2.2 Pengenalan kebutuhan sepatu merek Vans

Berdasarkan dengan latar belakang dalam penulisan saat ini sepatu yang sedang *trend* di kalangan masyarakat adalah sepatu merek Vans, oleh sebab itu diajukan beberapa pertanyaan kepada responden yang telah membeli sepatu Vans alasan dan faktor yang mendorong untuk melakukan pembelian sepatu Vans diperoleh hasil sebagai berikut :

Beberapa alasan untuk melakukan pembelian sepatu *Vans* adalah sebagai berikut :

1) Keinginan menggunakan sepatu dengan model yang bagus

Alasan ingin menggunakan sepatu dengan model yang bagus di ungkapkan 12 responden. Hal ini mengungkapkan bahwa dari awal responden mengutamakan model sepatu yang bagus. Model yang di maksudkan di sini adalah dari segi bentuk sepatu, dan warna sepatu sesuai dengan keinginan konsumen.

2) Keinginan menggunakan sepatu dengan ketahanan atau kualitas yang bagus

Alasan ingin menggunakan sepatu dengan ketahanan atau kualitas yang bagus di ungkapkan 5 responden. Hal ini menunjukkan bahwa ketahanan atau kualitas sepatu penting bagi konsumen. Ketahanan yang di maksud di sini adalah sepatu tidak gampang rusak atau robek.

3) Keinginan menggunakan sepatu dengan merek *Vans* karena ingin mengikut trend yang sedang terjadi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:226) “Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut. Kelompok acuan mempengaruhi pendirian dan konsep pribadi seseorang karena individu biasanya berhasrat untuk berperilaku sama dengan kelompok acuan tersebut”. Jika teori tersebut dikaitkan dengan jawaban responden yaitu alasan ingin menggunakan sepatu dengan merek *Vans* karena hanya ingin mengikuti *trend* yang sedang terjadi di ungkapkan 3 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden hanya ingin menggunakan sepatu *Vans* tersebut karena ingin mengikuti kelompoknya agar terlihat sama. Hal tersebut membuktikan bahwa suatu kelompok dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian seseorang

Tabel 4.3
Jawaban Responden Berdasarkan Alasan Melakukan Pembelian

Alasan membeli sepatu <i>Vans</i>	Jawaban Responden	Persentase
Ingin menggunakan sepatu dengan model yang menarik	12	60
Ingin menggunakan sepatu dengan ketahanan sepatu yang bagus	5	25
Mengikuti trend yang terjadi saat ini	3	15

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa faktor yang paling mendorong responden untuk melakukan pembelian sepatu *Vans* adalah keinginan responden menggunakan sepatu dengan model yang menarik, karena seluruh responden mengatakan bahwa ingin menggunakan sepatu dengan bentuk, motif, dan warna yang sesuai dengan keinginan konsumen

4.2.3 Pencarian informasi tentang tempat yang menjual sepatu merek *Vans*

Pencarian informasi produk sepatu *Vans* meliputi harga sepatu dan tempat penjualan. Dalam tahap ini ditekankan pencarian informasi tempat penjualan resmi sepatu *Vans* sesuai dengan tujuan awal penelitian. Dalam pemilihan sebuah tempat untuk melakukan pembelian sepatu *Vans*, seseorang dapat dipegaruhi faktor internal (diri sendiri) maupun faktor eksternal (promosi) atau pendapat orang lain yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan dari hasil 12 responden diperoleh bahwa tempat yang dipilih (*Mats Store*) dari beberapa sumber dapat diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Sumber referensi pemilihan lokasi

Sumber referensi	Jumlah Responden	Persentase
Teman / Kerabat	6	50
Media sosial	2	16,67
Melihat toko secara langsung	4	33,33
Jumlah	12	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa faktor eksternal merupakan aspek yang paling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan seseorang, Peran penting *WOM* tercermin pada banyaknya responden yang mendapatkan sumber informasi dari teman / kerabat. Sebagaimana dicantumkan pada tabel 4.4 sebanyak 50% responden mengatakan informasi tentang *Vans* di *Mats Store* adalah dari teman atau kerabat, sehingga faktor *Word of Mouth* (informasi dari mulut ke mulut) adalah mempunyai peranan paling penting dalam mempengaruhi hal tersebut, Mowen & Minor (2002 : 180) mengemukakan bahwa, komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) mengacu pada pertukaran komentar, pemikiran, atau ide-ide diantara dua konsumen atau lebih, yang tidak satupun merupakan sumber pemasaran dalam hal ini informasi yang diberikan tentang lokasi *Mats Store*.

Lokasi atau tempat juga tidak hanya mempresentasikan suatu kemudahan yang akan didapat oleh konsumen. Seperti yang telah dikatakan oleh Kotler (2009:94-95), lokasi atau tempat juga harus bisa memasarkan atau mempromosikan dirinya sendiri. Lokasi atau tempat pada dasarnya melakukan empat aktivitas, yaitu:

- 1) Jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat
- 2) Harga yang ditawarkan harus bisa menarik konsumen dan memperkuat citra yang ingin dibentuk
- 3) Menghadirkan lokasi yang strategis sehingga memudahkan bagi konsumen
- 4) Lokasi atau tempat akan mempromosikan nilai dan citra dari tempat atau lokasi itu sendiri sehingga konsumen bisa membedakannya dengan toko lain

Dalam keterkaitannya dengan penelitian ini sebanyak 4 responden mengetahui Mats Store dengan melihat toko secara langsung, Hal ini menunjukkan bahwa lokasi Mats Store berada pada lokasi yang strategis yaitu di jalan Ngesrep Timur Raya V/36. Lokasi ini berada di jalan utama menuju Kampus Universitas Diponegoro dan berada di lingkungan sekolah sehingga sangat memudahkan responden untuk mencari atau menemukan lokasi Mats Store tersebut.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dua responden mengatakan mengetahui sepatu *Vans* dan melakukan pembelian di Mats Store karena mengetahui informasi tersebut dari media sosial. Dapat dilihat bahwa Media sosial cukup mempengaruhi responden untuk melakukan pembelian di Mats Store, Media sosial yang di maksud dalam penelitian ini meliputi iklan yang dilakukan Mats Store dalam mempromosikan penjualan sepatu *Vans* di media seperti : *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*.

4.2.4 Evaluasi alternatif tempat penjualan sepatu merek Vans

Ketika responden ingin membeli sepatu sesuai dengan keinginan mereka, responden sangat tertarik dalam pemilihan tempat *Mats Store* untuk melakukan pembelian terhadap produk sepatu tersebut akan tetapi responden telah mempunyai tempat lainnya jika konsumen tidak mendapatkan sepatu yang diinginkan di *Mats store* dan ada juga yang belum mempunyai tempat lainnya untuk melakukan pembelian sepatu *Vans* tersebut. Berdasarkan jawaban dari 12 responden yang telah melakukan pembelian sepatu *Vans* di *Mats store*

Tabel 4.5
Sumber Referensi Pemilihan Lokasi Alternatif

Lokasi Alternatif	Jumlah Responden	Persentase
Buck Store	2	16.66
Online	5	41.67
Tidak ada	5	41.67
Jumlah	12	100,00

Sumber : Data yang diolah, 2016

Tabel menunjukkan bahwa rata-rata responden tidak mempunyai tempat lain selain *Mats Store* sebagai tempat pembelian sepatu *Vans* atau sebanyak 5 orang (41.67%) , dan sebanyak 2 orang (16.67%) sudah memiliki tempat alternatif lainnya yaitu *Buck Store* dan pilihan belanja seacara *Online* sebanyak 5 orang (41.67%).

Sedikitnya dua responden memiliki alternatif lain jika sepatu yang diinginkan tidak berada di *Mats Store* dan beralih ke *Buck Store* sebagai tempat tujuan pembelian sepatu *Vans* tersebut dengan alasan *Buck Store* merupakan toko atau penjualan sepatu *Vans* yang resmi, hal tersebut dapat dilihat

bahwa konsumen menginginkan sepatu yang asli dan terjamin bukan sepatu tiruan.

Responden lainnya mengatakan memilih alternatif tempat pembelian lain sebagai pembelian sepatu Vans yaitu secara online sebanyak 5 responden. Alasan responden memilih alternatif tersebut karena pembelian online lebih praktis, akan tetapi ada kekurangan yaitu responden tidak dapat melihat barang secara langsung dan tidak dapat mencoba barang tersebut sehingga responden lebih tertarik untuk datang langsung ke toko yang menjual sepatu Vans tersebut.

4.2.5 Pengambilan keputusan pemilihan tempat untuk membeli produk sepatu Vans

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:226), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses keputusan pembelian dimana pembeli konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlihat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan untuk melakukan pembelian sepatu *Vans* di *Mats Store* terdapat dua jawaban yaitu ketika sudah mempunyai uang yang cukup dan ketika mempunyai waktu luang.

Dari hasil penelitian didapatkan seluruh responden menetapkan *Mats Store* sebagai tempat pembelian pertama sepatu merek *Vans*.

a. Waktu pengambilan keputusan untuk membeli sepatu *Vans* di *Mats Store*

dalam penelitian ini terdapat sepuluh responden atau sebagian besar responden yang menjawab mereka membeli sepatu *Vans* ketika telah mempunyai uang

lebih atau cukup untuk melakukan pembelian dan dua responden menjawab melakukan pembelian sepatu Vans ketika mempunyai waktu luang

Tabel 4.6
Waktu pengambilan keputusan pembelian sepatu Vans

Waktu pengambilan keputusan	Jumlah Responden	Persentase
Ketika telah mempunyai uang yang cukup atau lebih	10	83.33
	2	16.67
Ketika mempunyai waktu luang		
Jumlah	12	100

Sumber : Data yang diolah, 2016

b. *Mats Store* merupakan tempat tujuan utama responden untuk melakukan pembelian sepatu *Vans*

Tempat tujuan pembelian sepatu *Vans* di *Mats Store* menjadi topik utama dalam penelitian ini, adapun bagi 12 responden yang telah melakukan pembelian sepatu *Vans* di *Mats Store*, menyebutkan alasan mengapa menjadikan *Mats Store* menjadi tempat tujuan utama dalam pembelian sepatu *Vans* :

- *Mats Store* menjalin kerja sama dengan pihak *Vans* Indonesia
- Harga sepatu *Vans* di *Mats Store* lebih murah
- Lokasi mudah ditemukan
- Dapat melihat barang secara langsung
- Terdapat banyak varian produk sepatu dari *Vans*

Alasan Melakukan Pembelian Vans di Mats Store
Tabel 4.7

Alasan	Jawaban Responden
Mars store <i>authorized</i> dengan Vans Indonesia	12
Harga lebih Murah	5
Lokasi mudah ditemukan	6
Dapat melihat barang secara langsung	5
Banyak varian produk Vans	8

Sumber : Data yang diolah, 2016

Dengan demikian dapat dilihat dari tabel 4.7, responden tertarik datang dan membeli di Mats Store karena Mats Store merupakan *authorized* atau menjual sepatu Vans secara resmi sehingga konsumen percaya bahwa produk yang dijual itu adalah produk asli bukan tiruan.

Sebanyak lima responden mengatakan memilih Mats Store sebagai tempat pembelian sepatu Vans karena harga yang lebih murah, harga yang lebih murah tersebut jika di bandingkan dengan pembelian secara *online*. Hal tersebut terjadi karena penjualan secara *Online* di Semarang mengambil sepatu Vans di tempat atau toko yang menjual secara resmi sehingga terjadi perbedaan harga antara penjualan secara *Online* dan langsung.

Lokasi mudah ditemukan menjadi alasan 6 responden melakukan pembelian sepatu Vans di Mats Store. Lokasi Mats Store berada pada lokasi yang strategis yaitu di jalan Ngesrep Timur Raya V/36. Lokasi ini berada di jalan utama menuju Kampus Universitas Diponegoro dan berada di lingkungan sekolah sehingga sangat memudahkan responden untuk mencari atau menemukan lokasi Mats Store

Sebanyak lima responden menjadikan alasan dapat melihat barang secara langsung menjadi alasan untuk melakukan pembelian sepatu Vans di Mats Store, hal tersebut karena responden dapat mencoba secara langsung sepatu yang diinginkanya tersebut dan dapat memilih secara langsung ukuran sepatu yang tepat bagi responden

Banyak varian sepatu produk Vans yang ditawarkan di outlet Mats Store di jawab sebanyak delapan responden Mats Store sebagai *authorized* Vans di Semarang menjual produk sepatu Vans secara lengkap hal tersebut agar konsumen dapat memilih sepatu sesuai dengan keinginan konsumen. Varian yang lengkap meliputi warna sepatu yang bermacam-macam dan bentuk sepatu yang unik.

