

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis di era globalisasi sekarang harus mampu menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi karena teknologi semakin canggih. Sepatu modern, salah satu persaingan bisnis yang ketat di industri model saat ini, telah menjadi kebutuhan vital bagi setiap orang karena sepatu tidak hanya digunakan untuk olahraga tetapi juga menjadi tren *fashion* untuk menunjang penampilan. Selain itu, sepatu telah menjadi suatu kebiasaan bagi para pencinta sepatu. Saat ini tren mode sepatu dan pakaian terus berkembang, semakin banyak variasi jenis, bentuk, dan model yang bisa dipilih untuk menghadiri berbagai acara tertentu.

Sepatu telah menjadi pasar yang sangat menarik bagi semua produsen di seluruh dunia. Berubahnya fungsi sepatu dari sekedar melindungi kaki menjadi fashion item tentunya mempengaruhi tingginya permintaan akan sepatu. Beberapa produsen sepatu di Indonesia juga melihat potensi keuntungan yang besar di pasar ini, dan semakin banyak bermunculan produsen sepatu di Indonesia. Hal ini menimbulkan persaingan antara merek lokal yang mulai tumbuh dengan merek asing yang mulai bermunculan di Indonesia.

Gambar 1.1
Top 10 Produsen Alas Kaki di Dunia

RANK	COUNTRY	PAIRS (MILLIONS)	WORLD SHARE
1	CHINA	13 478	55.8%
2	INDIA	2 579	10.7%
3	VIETNAM	1 300	5.4%
4	INDONESIA	1 271	5.3%
5	BRAZIL	944	3.9%
6	BANGLADESH	461	1.9%
7	TURKEY	447	1.8%
8	PAKISTAN	411	1.7%
9	MEXICO	268	1.1%
10	ITALY	184	0.8%

Sumber: World Footwear Yearbook 2019

Dalam laporan *World Footwear Yearbook 2019*, Indonesia merupakan negara produsen sepatu terbesar keempat di dunia dengan total produksi 1,2 miliar pasang. Indonesia juga merupakan eksportir produk alas kaki terbesar ketiga di dunia, dengan total pengiriman 406 juta pasang sepatu.² Produsen sepatu Indonesia menangani produksi dengan sangat serius, itulah sebabnya mereka termasuk eksportir terbesar di dunia. Kami telah mampu untuk menjadi salah satu produsen sepatu. . Industri alas kaki merupakan salah satu industri yang menjadi fokus pemerintah Indonesia dalam memajukan industri kreatif. Pengembangan industri kreatif dapat dicapai dengan mendukung masyarakat dalam membeli atau mengkonsumsi produk alas kaki produksi dalam negeri.

Di Indonesia, belakangan ini, minat konsumen terhadap pembelian sepatu, terutama sepatu sneakers, menunjukkan antusiasme yang tinggi.

² *World Footwear Yearbook 2019*, <<https://www.worldfootwear.com/yearbook/the-world-footwear-2019-Yearbook/213.html>> diakses pada 07 Januari 2025

Meskipun sepatu telah ada sejak lama, inovasi yang terus dilakukan oleh produsen sepatu membuat popularitas sneakers semakin meningkat dengan pesat.³ Sneakers kini telah menjadi bagian penting dari aktivitas sehari-hari dan menjadi simbol gaya hidup, khususnya di kalangan generasi muda. Seiring dengan perkembangan ini, banyak bermunculan label-label sneakers lokal yang semakin beragam di Indonesia.

Produsen sepatu lokal dan store sepatu yang menjual sepatu lokal yang ada ternyata muncul sebagai akibat dari peningkatan minat terhadap merek sepatu lokal dan dukungan untuk komunitas sneakers melalui acara dan acara yang mengangkat kebanggaan lokal. Saat ini, banyak merek sepatu lokal yang beredar di masyarakat, khususnya anak muda.

Tabel 1. 1
Daftar 5 Kabupaten Terkecil di Jawa Timur

No	5 Kabupaten Terkecil di Jawa Timur	Luas (km ²)
1.	Kabupaten Sidoarjo	634,38 km ²
2.	Kabupaten Magetan	688,84 km ²
3.	Kabupaten Mojokerto	717,83 km ²
4.	Kabupaten Pamekasan	792,24 km ²
5.	Kabupaten Bangkalan	1.001,44 km ²

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur

Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten terkecil dan terpadat penduduknya di Jawa Timur dengan luas wilayah 63.438,534 ha atau 634,38 km², diapit kali Surabaya (32,5 km) dan kali Porong (47 km). Meskipun Kabupaten Sidoarjo sebagai kabupaten terkecil di Jawa Timur, namun

³ “Peminat Sneakers Di Indonesia Naik 70%,” accessed March 31, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180220131649-33-4849/peminat-sneakers-di-indonesia-naik-70>

Kabupaten Sidoarjo menjadi salah satu Kabupaten penyangga Ibukota Provinsi Jawa Timur dan merupakan daerah yang mengalami perkembangan pesat. Keberhasilan ini dicapai karena berbagai potensi yang ada di wilayahnya seperti industri dan perdagangan, pariwisata, serta usaha kecil dan menengah dapat dikemas dengan baik dan terarah.⁴ Ibu kota dari Kabupaten Sidoarjo saat ini terletak di Kecamatan Sidoarjo itu sendiri. Kecamatan Sidoarjo merupakan sebuah Kecamatan dan juga pusat keramaian serta pusat pemerintahan dari Kabupaten Sidoarjo.

Saat ini banyak toko-toko yang menjual berbagai macam merek sepatu yang tersebar di wilayah kecamatan Sidoarjo. Berdasarkan dari hasil pencairan, peneliti mendapatkan 5 toko sepatu di Sidoarjo. Adapun toko tersebut adalah:

⁴ “Kabupaten Sidoarjo | BPK Perwakilan Provinsi Jawa Timur,” accessed March 31, 2024, <https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-sidoarjo/>.

Tabel 1. 2
Perbandingan Toko Sepatu Termurah di Sidoarjo

No.	Nama Toko	Tahun Berdiri	Alamat
1.	Brother's Store.id	2012	Jl. Kolonel Sugiono No.4, Pulosari, Kureksari, Sidoarjo
2.	Toko Sepatu Terdekat	2009	Jl. Raya Sedati Agung No.24, Sedati, Sidoarjo
3.	Asmoro Second Sneakers	2015	Jl. Anusapati No.1A, Sawotratap, Sidoarjo
4.	Sidoarjo Shoes	2010	Jl. Raya Taman Pinang Indah, Banjarbendo, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo
5.	WM Second	2017	Jl. Joyoboyo No.11, Sawotratap, Sidoarjo
6.	Sandal Sepatu Gaya Indah	2017	Jl. Kolonel Sugiono No.49B, Wedoro, Waru, Sidoarjo.

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)⁵

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, terdapat 5 usaha toko yang menjual berbagai macam sepatu beserta tahun berdirinya. Diantaranya ada Brothers Store yang berdiri tahun 2012, Toko Sepatu Terdekat berdiri tahun 2009, Asmoro Second Sneakers berdiri tahun 2015, Sidoarjo Shoes berdiri tahun 2010, WM Second berdiri tahun 2017, Toko Sandal Sepatu Gaya Indah berdiri tahun 2017. Dari keenam toko sepatu tersebut peneliti melakukan perbandingan pada 3 toko yang berdiri paling lama seperti Brother's Store.id, Siodarjo Shoes, dan Toko Sepatu Terdekat. Peneliti memilih usaha yang paling lama berdiri karena diasumsikan usaha tersebut mampu bersaing dengan usaha sejenis sehingga dapat bertahan sampai sekarang.

Dari paparan data diatas, selanjutnya peneliti tertarik untuk mengali

⁵ "Sifa Aulia Jannah, 6 Toko Sepatu Sidoarjo Harga Murah, Kualitas Gak Murah" <https://jatim.idntimes.com/travel/destination/sifa-aulia-jannah-1/toko-sepatu-sidoarjo-harga-murah-c1c2?page=all>, diakses 31 Maret 2024.

informasi lebih lanjut untuk melakukan perbandingan ketiga toko sepatu tersebut. Apabila menggunakan teori bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Perbedaan Toko Sepatu Terdekat, Sidoarjo Shoes Store, dan Brother's Store.id

Keterangan	Toko Sepatu Terdekat	Sidoarjo Shoes Store	Brother's Store.id
Produk	1. Sepatu sneakers import 2. Sepatu dengan merek lokal 3. Sepatu olahraga 4. Sandal 5. Kaos kaki 6. Tas	1. Sepatu sneakers lokal 2. Sepatu sneakers import 3. Sepatu olahraga 4. Sandal 5. Tas cewek 6. Kaos 7. Kaos kaki	1. Sepatu pantofel 2. Sepatu olahraga 3. Sepatu sneakers lokal 4. Sepatu import 5. Tas Sekolah 6. Sandal
Harga	50.000 – 600.000	15.000 – 400.000	30.000 – 500.000
Lokasi	1. Jl. Raya Sedati Agung No.24, Sedati, Sidoarjo 2. Toko berada sangat dekat dengan jalan raya 3. Tempat parkir di pinggir jalan raya	1. Jl. Raya Taman Pinang Indah, Banjarbendo, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo. 2. Toko berada dekat dengan jalan raya 3. Tempat parkir di pinggir jalan raya 4. Terdapat banner didepan toko yang melekat dengan toko. 5. Terdapat rak sepatu yang terletak didepan toko	1. Jl. Kolonel Sugiono No.4, Pulosari, Kureksari, Sidoarjo 2. Toko berada dekat dengan jalan raya 3. Tempat parkir luas 4. Terdapat banner didepan toko yang melekat dengan toko. 5. Terdapat rak sepatu yang terletak didepan toko
Promosi	1. Melalui media sosial, Facebook dan WhatsApp 2. Marketplace	1. Melalui media sosial instagram, WhatsApp dan Facebook 2. Marketplace 3. Spanduk, banner	1. Melalui media sosial instagram, WhatsApp 2. Marketplace 3. Spanduk,

		4. Mengadakan diskon secara berkala	banner
--	--	-------------------------------------	--------

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)

Dari tabel 1.3 menunjukkan perbedaan tiga tempat toko penjualan sepatu tersebut berdasarkan pada 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sidoarjo Shoes memiliki beberapa keunggulan yaitu pada produk, harga dan promosinya yang lebih banyak. Maka berdasarkan hal tersebut peneliti memilih Sidoarjo Shoes sebagai lokasi penelitian. Sidoarjo Shoes Store merupakan salah satu toko sepatu yang ada di Sidoarjo tepatnya di Jl. Raya Taman Pinang Indah, Banjarebendo, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo. Toko ini menyediakan beberapa merek sepatu baik produksi lokal maupun import dan tidak hanya sepatu toko ini juga menjual sandal, tas, dan kaos.

Untuk memenangkan persaingan maka perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan supaya dapat bertahan dalam jangka panjang. Salah satunya dengan menggunakan strategi pemasaran yang layak dalam menjalankan usaha. Peneliti melakukan observasi terhadap 40 responden mengenai produk apa yang kerap dibeli di Sidoarjo Shoes:

Tabel 1. 4
Produk yang Paling Banyak Dibeli Oleh Konsumen Sidoarjo Shoes

Barang	Responden
Sepatu sneakers lokal	16
Sepatu sneakers import	5
Sepatu olahraga	8
Sandal	5
Tas cewek	0
Kaos	2
Kaos kaki	4
Total	40

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa produk sepatu sneakers lokal merupakan produk yang paling banyak diminati oleh konsumen Sidoarjo Shoes sebanyak 16 responden, dan yang memilih produk lain seperti sepatu sneakers import sebanyak 5 responden, sepatu olahraga 8 responden, Sandal 5 responden, tas cewek tidak ada, kaos 2 responden, dan kaos kaki 4 responden. Dari 40 responden tersebut mayoritas membeli sepatu sneakers lokal.

Di Sidoarjo Shoes terdapat berbagai merk sepatu sneakers lokal yang ditawarkan, untuk mengetahui merk apa yang diminati oleh konsumen. Selanjutnya peneliti melakukan observasi mengenai merek sepatu sneakers lokal apa yang paling diminati oleh konsumen di Sidoarjo shoes. Observasi ini dilakukan kepada 40 konsumen yang memilih Sepatu sneakers lokal dan hasilnya berikut:

Tabel 1. 5
Merk Sepatu Sneakers Lokal di Sidoarjo Shoes Store

Merk Sneakers Lokal	Responden
Ventela	18
Patrobas	6
Compass	9
Warior	7
Total	40

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.5 bahwa ada 18 responden yang memilih sepatu lokal dengan merek ventela, 6 responden memilih merek Patrobas, 9 responden memilih merek Compass dan 7 responden memilih merek Warior. Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa sepatu lokal merek Ventela merupakan merek sepatu lokal yang paling banyak diminati oleh konsumen Sidoarjo Shoes dengan jumlah 18 responden. Ventela adalah salah satu merek sepatu lokal Indonesia yang sedang naik daun. Merek ini didirikan pada tahun 2017 oleh William Ventela, seorang pemilik pabrik sepatu vulkanisir sejak tahun 1989 di Bandung, Jawa Barat.⁶

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong merupakan suatu tahap yang mana konsumen secara nyata akan melakukan pembelian. Konsumen dalam melakukan pembelian harus dapat mengombinasikan pengetahuan sebelum mengevaluasi produk terkait dengan produk yang akan dibeli. Faktor-faktor yang harus diperhatikan sebelum melakukan keputusan pembelian yaitu bauran pemasaran 4P (produk, harga, lokasi dan promosi).

⁶ Rafif Dian, *Sejarah Brand Sepatu Lokal Ventela* (Radar Banyumas, 2024) <<https://radarbanyumas.disway.id/read/91473/sejarah-brand-sepatu-lokal-ventela>>

Untuk mempengaruhi keputusan pembelian, produsen juga tidak bisa terlepas dari bauran pemasaran, yang terdiri dari harga, promosi, produk, dan tempat. Harga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada suatu produk. Dimana harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.⁷

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasar berkurang. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.⁸ Berikut alasan konsumen Sidoarjo Shoes memutuskan untuk membeli Sepatu Ventela:

⁷ Kotler, Philip & Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Duabelas Jilid 1*, (Jakarta: Indeks, 2016), 84.

⁸ Hutami Permita, *"Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY)"* (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 34.

Tabel 1. 6
Alasan Konsumen Membeli Sepatu Ventela di Sidoarjo Shoes

Merk Sneakers Lokal	Responden
Harga	21
Promosi	8
Produk	7
Lokasi	4
Total	40

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)

Berdasarkan data diatas, peneliti melakukan observasi kepada 40 responden dan melakukan pengelompokan alasan dari konsumen membeli sepatu ventela di Sisoarjo Shoes. Hasil observasi tersebut terdapat konsumen yang memilih karena harga sebanyak 21 responden, karena promosi 8 responden, karena produk 7 responden, karena lokasi 4 responden. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa faktor yang paling banyak mempengaruhi konsumen sepatu ventela di Sidoarjo Shoes Store yaitu berdasarkan harganya. Hal tersebut terjadi karena Sidoarjo Shoes menjual dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan toko lainnya. Dari penjelasan di atas, tergambar bahwa harga memiliki dampak pada keputusan pembelian suatu produk. Namun, perlu dilakukan pembuktian terhadap kontribusi faktor ini terhadap keputusan pembelian, dan berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Merk Ventela (Studi Pada Toko Sepatu Sidoarjo Shoes Store Kec. Sidoarjo Kab. Sidoarjo).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana harga sepatu lokal merek ventela di Sidoarjo Shoes Store?
2. Bagaimana keputusan pembelian sepatu lokal merek ventela di Sidoarjo Shoes Store?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu lokal merek ventela di Sidoarjo Shoes Store?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga sepatu lokal merek ventela di Sidoarjo Shoes Store
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian sepatu lokal merek ventela di Sidoarjo Shoes Store
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu lokal merek ventela di Sidoarjo Shoes Store

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya karya ilmiah ini diharapkan mampu digunakan sebagai salah satu sumber literatur atau referensi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan terkait dengan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu lokal merek Ventela.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Guna menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat mempraktikkan teori yang telah didapatkan pada saat perkuliahan dengan permasalahan yang ada.

b. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini semoga bisa menambah masukan atau menjadi pertimbangan ketika menentukan tindakan atau keputusan untuk meningkatkan standar kualitas produk dengan tujuan meningkatkan daya tarik bagi konsumen dan memacu pembelian.

c. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai penambahan koleksi karya tulis ilmiah di IAIN Kediri dengan tujuan agar dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Penelitian Terdahulu

1. *“Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri”*. Oleh Isneini Suci Rahayu (2020). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil uji, variabel harga (X) melalui Uji Korelasi Pearson memiliki nilai sebesar 0,767 dengan signifikansi 0,000, yang menandakan adanya hubungan yang cukup kuat antara harga

dan keputusan pembelian. Untuk variabel produk (Y), nilai korelasi Pearson sebesar 0,725 juga menunjukkan hubungan yang cukup kuat. Nilai R^2 sebesar 0,589 atau 58,9% menunjukkan bahwa harga dan produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 58,9%, sedangkan 41,1% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.⁹

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan metode kuantitatif serta variabel Y berupa keputusan pembelian dan variabel X berupa harga. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini menggunakan sepatu Ventela, sementara penelitian sebelumnya berfokus pada Gethuk Lindri dan Tape Singkong. Selain itu, lokasi penelitian juga berbeda; penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, sedangkan penelitian sebelumnya di Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri.

2. *“Pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian jaket hodie (study pada glory outfit Blitar)”* Oleh Alfi Hidayati (2020), Mahasiswa IAIN Kediri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian hoodie di Glory Outfit Blitar. Nilai uji Korelasi Pearson sebesar 0,738 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan adanya hubungan yang kuat. Sementara untuk variabel

⁹ Isneini Suci Rahayu, “Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)” (IAIN Kediri : Kediri, 2020)

produk (Y), nilai uji Pearson sebesar 0,570 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan hubungan yang sedang. Secara keseluruhan, variabel-variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 81,5%, sedangkan sisanya, 18,5%, dipengaruhi oleh faktor lain.¹⁰

Perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti, lokasi, dan teknik pengambilan sampel. Penelitian sebelumnya menggunakan jaket hoodie sebagai objek dan dilakukan di Blitar, sedangkan penelitian ini meneliti sepatu Ventela di Sidoarjo Shoes. Kesamaannya adalah keduanya menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel bebas berupa harga dan variabel terikat berupa keputusan pembelian.

3. *“Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Bawang Putih (Studi Kasus pada Pasar Sayur Induk Pare Kabupaten Kediri)”*¹¹
Oleh Mohamad Anas Mahfudin (2019), Mahasiswa IAIN Kediri. Berdasarkan penelitian ini, harga dan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat membeli bawang putih. Terdapat persamaan pada metode pendekatan yaitu menggunakan kuantitatif. dan perbedaannya terletak pada Objek dalam penelitian sebelumnya adalah pasar sayur induk pare kabupaten Kediri sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi objeknya adalah Sidoarjo Shoes

¹⁰ Alfi Hidayati, “Pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian Jaket Hodie (Study kasus diglory outfit Blitar)” (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi serta Bisnis Islam IAIN Kediri, 2020), 56.

¹¹ Mahfudin Anas, “Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Bawang Putih (Studi Kasus pada Pasar Sayur Induk Pare Kabupaten Kediri)”. (Skripsi IAIN Kediri 2019), 108.

Kecamatan sidoarjo Kabupten Sidoarjo.

4. *“Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Tea (Studi pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri).”* Oleh Risma Putri Cahyani, Mahasiswa IAIN Kediri.

Variabel X, yaitu Harga dan Produk, secara simultan mempengaruhi variabel Y, yaitu keputusan pembelian. Uji determinasi menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keputusan penggunaan sebesar 64,1%.¹²

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah keduanya meneliti tentang pengaruh harga dan keputusan pembelian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya terletak pada variabel X, di mana penelitian sebelumnya menggunakan dua variabel X yakni Harga dan produk, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan variabel harga.

5. *“pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)”*, oleh Isneini Suci Rahayu (2022), Mahasiswa IAIN Kediri.

Dalam penelitian ini terdapat hubungan antara harga dan produk terhadap keputusan konsumen membeli Gethuk Lindri dan Tapel Singkolng. persamaan penelitian ini yaitu menggunakan variabel independent yang

¹² Cahyani Putri, “Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Tea (Studi pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri)” (Skripsi IAIN Kediri 2022), 80 .

dipakai yakni harga. Seldangkan untuk perbedaannya pada lokasi penelitian

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban temporer yang didasarkan pada rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk kalimat tanya.¹³ Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis, yakni:

1. H_a : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu lokal merk ventela di Sidoarjo Shoes Store.
2. H_o : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu lokal merk ventela di Sidoarjo Shoes Store

¹³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Pipih Latifah, Pertama (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2015).