BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini yang ditandai oleh pesatnya perkembangan ilmu teknologi dan arus informasi yang semakin mempermudah pera pelaku bisnis melakukan kegiatan bisnisnya. Selain itu, perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat terutama di sektor industri. Perkembangan tersebut membuat setiap perusahaan yang berdiri di Indonesia harus memiliki daya saing yang cukup kuat dengan setiap perusahaan yang menjadi pesaingnya. Daya saing yang biasanya terlihat dari produk dan merek (brand) yang di hasilkan oleh perusahaan dan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Selain sebagai alat untuk memenangkan persaingan, Merek (brand) sangat penting bagi perusahaan karena sebuah nama itu sangat penting dan mudah di ingat oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan dan membentuk citra di mata konsumen. Jenis bisnis yang sedang berkembang pesat saat ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang konveksi, khususnya Factory outlet dan Distribution store atau biasa disebut Distro. Ditsro merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam pembuatan clothing dan distribusi. Clothing yang dimaksud berupa t-shirt, celana, boxer, kemeja, ikat pinggang, tas, dompet, sepatu, topi, jaket dan sweater. Selain itu ada juga yang disebut Boutiqe distro atau biasa

disebut Boudist. Boudist merupakan sebuah perusahaan yang khusus bergerak di bidang clothing dan pendistribusain tapi yang membedakan dengan distro adalah produk tersebut hanya menjual produk sendiri tidak menerima titipan barang dari distro lain hanya fokus dengan merek dia sendiri dan boudist biasanya hanya menjual pakaian misalnya khusus menyediakan produk untuk wanita saja dan tidak ada produk untuk laki_laki hal ini yang bisa membedakan distro dengan boudist (boutique distro).

Kota bandung merupakan kota yang melahirkan banyak distro atau boudist, yang tercatat ada 100 lebih distro yang masih produktif, data tersebut diperoleh dari salah satu majalah yang terus mengikuti perkembangan distro di bandung yaitu majalah ***SUAVE*** atau bisa kunjungi di websitenya langsung di **WWW.SUAVEMAGAZINE.COM**, bahkan diantaranya ada yang menembus pasar internasional. Di kota bandung ada beberapa tempat yang menjadi konsentrasi para pelaku bisnis distro yang dibedakan menjadi dua kelompok, kelompok pertama mencakup distro yang berada di sekitar jl. Trunojoyo, jl. Dewi sartika, jl, Buah batu, jl. Sultan agung dan kelompok kedua adalah distro distro-distro yang ada di plaza parahyangan. Pengelompokkan ini dibuat berdasarkan target market yang berbeda, hal ini dapat terlihat dari penetapan harga dan kualitas produknya yang berbeda pula. Kelompok pertama memilih target market dengan segmentasi kalangan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah ke atas, sedangkan untuk kelompok kedua lebih memilih target market dengan segmentasi kalangan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah ke bawah.

Salah satu Boutiqe Distro di bandung yaitu Gee Eight yang terletak di jl. Progo no. 3. **Gee Eight** berasal dari frase **Girls on Eight**. Eight (angka delapan) menunjukkan suatu nilai di atas rata-rata. Ini merupakan cerminan para pengguna produk Gee*Eight yang memiliki kecerdasan, kecantikan, dan perilaku yang di atas rata-rata. Angka delapan menunjukkan suatu keseimbangan yang sungguh sempurna.

Awal pertama Boutiqe Distro Gee eight ini dibuat oleh dua orang yaitu Reza Sapta Utama pada awalnya mengembangkan sebuah usaha produksi pakaian jadi. Cukup lama berkecimpung di usaha ini menjadikan Utama Reza mengetahui standar kualitas pakaian jadi yang baik dan Rizkina Eriana Utama merupakan gambaran sosok wanita saat ini yang kreatif, pintar, dan juga modis. Dengan kegemarannya dalam bidang fashion, Ina kini telah mengkoleksi berbagai jenis pakaian yang menginspirasi dirinya untuk mendesain pakaian-pakaian yang cantik bagi para wanita. Dengan latar belakang yang dimiliki oleh dua saudara ini, mereka mempunyai ide untuk bekerja sama dalam membentuk sebuah retail fashion yang fokus pada segmen wanita yang belum banyak dilirik pasar saat itu. Dari ide itulah lahir Gee Eight pada tahun 2004.

Sejak pembukaan toko Gee Eight pertama kali pada tahun 2004, penjualan produk-produk Gee Eight mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan pengintegrasian antara toko dan pabrik yang semakin kuat dimana produksi pabrik yang hanya dikhususkan untuk produk Gee Eight, kenaikan penjualan menjadi semakin signifikan.

Namun akhir-akhir ini banyak para pelanggan yang beralih dari Boutiqe Distro Gee Eight, dikarenakan layanan yang kurang memadai kepada para pelanggannya sehingga pelanggan tidak merasakan lagi kepercayaan dan loyalitas yang diberikan karena pelayanan yang kurang baik kepada pelanggan dan bisa mempengaruhi ekuitas merek pada Boutiqe Distro Gee Eight karena kualitas produknya berkurang dari tahun ke tahun itu mungkin penyebab konsumen atau pelanggan Boutiqe Ditro Gee Eight berkurang. Padahal pemasukan terbesar dari perusahaan itu sendiri ialah konsumen atau pelanggan, apabila kejadian seperti ini terus berlanjut, maka perusahaan itu sendiri akan bangkrut.

Banyak perusahaan yang menginginkan keuntungan atau *profit* secara optimal, namun kurang memikirkan apa yang dinginkan oleh pelanggan atau kosumen, tentunya hal ini akan berpengaruh kepada brand trust (kepercayaan merek) dan brand loyality (loyalitas merek) terhadap brand equity (ekuitas merek) perusahaan itu sendiri.

Menurut Delgado (2005;2) :

“Kepercayaan merek (Brand Trust) adalah adanya harapan atau kemungkinan yang tinggi bahwa merek tersebut akan mengakibatkan hasil yang positif terhadap konsumen”.

Menurut Lau dan Lee (1999:14) :

“Loyalitas merek (Brand Loyality) adalah perilaku niat untuk membeli sabuah produk dan mendorong orang lain untuk melekukan hal yang sama”.

Menurut Kotler dan Keller (2009;258) :

“Ekuitas merek (Brand Equity) adalah nilai tambah yang di masukan dalam sebuah barang atau jasa , dimana nilai tambah ini merupakan refleksi dari bagaimana konsumen berpikir,merasakan, dan bertindak”.

Makna diatas bahwa merek tidak berupa fisik atau berwujud,namun memberikan kepuasan tersendiri terhadap pembeli.

Maka dari arti tersebut apabila layanannya baik akan memberikan suatu loyalitas konsumen tersendiri terhadap perusahaan tersebut, bila konsumen sudah merasa nyaman dengan merek tersebut.

Banyak perusahaan yang gulung tikar, dikarenakan tidak mampu beradaptasi dengan konsumen dan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang tidak mengerti akan keinginan para pelanggan atau konsumen, tentu akan ditinggalkan oleh para pembeli. Padahal pemasukan terbesar dari perusahaan itu sendiri ialah konsumen atau pembeli, apabila kejadian seperti ini terus berlanjut, maka perusahaan itu sendiri akan bangkrut.

Salah satu dari manfaat merek tersebut adalah memberikan kualitas layanan terhadap konsumen, sehingga memberikan timbal balik bagi perusahaan, yaitu loyalitas para konsumen dan tentunya memberikan keuntungan optimal yang signifikan, bagi perusahaan tersebut.

Pada pinsipnya perusahaan menginginkan keuntungan yang optimal. Dengan memberikan kulitas layanan kepada konsumen adalah untuk mendapatkan kesetiaan dan kepercayaan konsumen bagi perusahaan itu sendiri yang berarti keuntungan bagi perusahaan.

Dibawah ini hasil data yang di peroleh pada Bputiqe Distro Gee Eight:

Tabel 1.1

Data penjualan atau transaksi pada Boutiqe Distro Gee Eight Pada tahun 2010

No	Bulan	Jumlah
1	Oktober	106
2	November	123
3	Desember	144
Jumlah		363

Sumber : Bouitiqe Distro Gee Eight

Tabel 1.2

Data Penjualan atau transaksi pada Boutiqe Distro Gee Eight pada tahun 2011

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	41
2	Februari	57
3	Maret	58
Jumlah		156

Sumber : Bouitiqe Distro Gee Eight

Dari data diatas terlihat bahwa jelas sekali terlihat penurunan penjualan atau transaksi yang sangat besar pada tahun 2011 di Boutiqe Distro gee Eight bisa di lihat pada tabel 1.2, beda sekali dengan tahun sebelumnya yang sangat baik penjualan atau transaksi yang dilakukan oleh Boutiqe Distro Gee Eight pada tabel

1.1. Penurunan penjualan atau transaksi yang di alami oleh Boutiqe Distro Gee Eight Bandung karena kurangnya pelayanan yang baik pada pelanggan atau kosumen dan berkurangnya kualitas produk pada saat ini sehingga konsumen atau pelanggan tidak membeli lagi produk tersebut, maka dari itu Boutiqe Distro Gee Eight harus mengembalikan kepercayaan konsumen sehingga konsumen akan percaya dengan pelayanan dan produk yang diberikan oleh perusahaan dan apa bila perusahaan memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan memberikan loyalitas yang baik kepada perusahaan dan berpengaruh kepada ekuitas merek perusahaan tersebut, Bila hal ini tidak ditangani serius oleh perusahaan maka perusahaan akan bangkrut karena pelayanan yang diberikan kurang baik terhadap pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan latar belakang penelitian dan fenomena yang terjadi di Boutiqe Distro Gee Eight maka itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai:

"PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK PADA PELANGGAN BOUTIQE DISTRO GEE EIGHT BANDUNG".

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.2 Identifikasi Masalah

Pada umumnya setiap perusahan menginginkan para konsumen mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan, maka dari itu perusahaan pun harus memberikan kualitas layanan kepada konsumen sebagaimana yang diharapkan.

Upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat bermacam-macam**,** antara lain : Pemberian balas jasa yang lebih besar, pemberian pelayanan yang baik kepada pembeli, pemberian informasi yang benar kepada pembeli. Dalam hal ini penulis membatasi masalah hanya pada peningkatan kepercayaan merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dalam penelitian ini, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1) Bagaimana kepercayaan merek yang diberikan pelanggan pada Clothing Gee Eight Bandung
2) Bagaimana loyalitas merek yang dirasakan oleh Pelanggan Clothing Gee Eight Bandung
3) Bagaimana ekuitas merek pada Clothing Gee Bandung

4) Seberapa besar pengaruh kepercayaan merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek secara parsial dan simultan pada Clothing Gee Eight Bandung

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah mengumpulkan informasi yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas dan ekuitas pada Bouitqe Distro Gee Eight Bandung.

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kepercayaan merek yang diberikan pelanggan pada Clothing Gee Eight Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas merek yang dirasakan oleh pelanggan pada Clothing Gee Eight Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana ekuitas merek pada Clothing Gee Eight Bandung.
4. Untuk mengetahui besarmya pengaruh kepercayaan merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek secara parsial dan simultan pada Clothing Gee Eight Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

A. Kegunaan Praktis

- Bagi Perusahaan

  Perusahaan dapat mengetahui serta memecahkan permasalahan yang terjadi di perusahaan, sebab penulis memberikan masukan dan pertimbangan serta solusi yang diharapkan akan berguna bagi kelangsungan kinerja perusahaan. Khususnya tentang bahan masukkan untuk mengatasi masalah yang terkait dengan kepercayaan dan loyalitas terhadap ekuitas merek.

- Bagi Pihak Terkait

  Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna dan dapat menjadi tambahan informasi tentang pengaruh kepercayaan mererk dan loyalitas merek dan ekuitas merek.

B. Kegunaan Akademis

- Bagi Kalangan Akademik

  Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan, serta memperluas pengetahuan, khususnya dalam bidang bisnis bagi rekan-rekan sekalian. Serta sebagai pembanding dan bahan pertimbangan dalam penelitian berikutnya, sehingga segala kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini dapat diperbaharui dikemudian hari.

- Bagi Penulis

  Penulis mendapat pengalaman yang berharga dan pengetahuan yang lebih luas tentang dunia bisnis. Serta selanjutnya mempersiapkan penulis untuk masuk kedalam dunia kerja yang nyata.

1.5 **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di Clothing Gee Eight, yang beralamat di Jl. Progo no. 3 Bandung 40115 telepon (022) 4267686.

Sedangkan untuk jadwal penelitian yang direncanakan oleh penulis selama 4(empat) bulan dengan rincian yang tertera didalam tabel berikut ini:

Tabel 1.3

Time Schedule

Kegiatan	Bulan Oktober 2010				Bulan November 2010				Bulan Desember 2010				Bulan Januari 2011			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penelitian pendahuluan	■															
Penulisan usulan penelitian		■	■	■												
Pengajuan usulan penelitian					■	■										
Pengumpulan data							■	■								
Pengolahan data									■	■	■					
Penulisan penelitian												■	■	■	■	■