ANALISIS CITRA MEREK T-SHIRT SUFFERAGE INC PADA CLOTHING SUFFERAGE INC CIMAHI

Saiful Awar
Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)
Jl. Dipatiukur No. 122-116, Bandung 40132

ABSTRAK

Industri yang mengalami perkembangan yang cepat salah satunya yaitu pakaian jadi, diantaranya disebut serta dikenal dengan nama *clothing*. Sekarang ini banyak produk pakaian jadi dipasaran dan ditawarkan dengan berbagai macam merek yang berbeda. Sufferage Inc merupakan salah satu merek pakaian jadi *(clothing).* Sebagai produsen pakaian jadi, Sufferage Inc Cimahi dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan jaman, seiring dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah dan berkembang. Perusahaan juga haruslah mempertahankan konsumen dan sedapat mungkin harus mendapatkan serta menarik konsumen baru.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden dalam hal ini konsumen Sufferage Inc tentang Citra Merek t-shirt Sufferage Inc. dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif. Analisis pengumpulan data melalui melihat buku-buku referensi data perusahaan dan lain-lain untuk mendapatkan dasar pengertian serta teori-teori yang diperlukan sebagai perlengkapan data utama yang berhubungan dengan dasar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai citra merek t-shirt pada Sufferage Inc. Maka diperoleh score dinyatakan baik.

Kata kunci : Citra Merek

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi sekarang ini perubahan teknologi dan arus informasi sangat cepat dan maju, hal ini mendorong timbulnya laju persaingan yang sangat ketat dalam usaha. Sehingga masyarakat akan semakin kritis dalam menyeleksi informasi-informasi yang diterima. Keadaan ini memaksa perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perubahaan pasar yang cepat serta dinamis. Hal ini terjadi di Indonesia pada umumnya di Bandung khususnya, perusahaan harus dapat menganalisis peluang dan tantangan pada masa yang akan datang. Untuk itu dalam menggembangkan pemasarannya, perusahaan haruslah berorientasi pada konsumen, sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi dan mengetahui kebutuhan-kebutuhan konsumen

Industri yang mengalami perkembangan yang cepat salah satunya yaitu industri pakaian jadi, diantaranya disebut serta di kenal dengan nama *clothing.* Sekarang ini banyak produk pakaian jadi dipasarkan dan ditawarkan dengan berbagai macam merek yang berbeda. Sufferage merupakan salah satu merek pakaian jadi (*clothing*) yang sudah lama ada di kota Cimahi, meraka menjual produknya di kota Cimahi, tetapi produk *clothing* sufferage Cimahi juga banyak

beradar dan digunakan di luar kota Cimahi. Sebagai produsen pakaian jadi, *clothing* sufferage Cimahi dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan jaman, seiring dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah dan berkembang perusahaan dan juga haruslah mampu mempertahankan konsumen dan sedapat mungkin harus mendapatkan serta menarik konsumen baru. Kepuasan konsumen akan keinginan merupakan yang sangat penting dan menjadi hal yang paling utama apabila konsumen itu puas maka meraka akan datang lagi dan membeli lagi, mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan menempatkan persaingan pada urutan bawah, dengan begitu maka akan meningkatkan hasil penjualan dan terus berkembang seiring dengan meningkatnya kepercayaan dari konsumen.

Adapun maksud dilakukan penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan meginterprestasikannya. Sedangkan tujuan dari kegiatan ini adalah.

Untuk mengetahui tanggapan responden tentang citra merek (*brand image*) t-shirt sufferage inc pada clothing sufferage inc Cimahi

1.2 Kegunaan Hasil Penelitian

A. Kegunaan Operasional
   1. Bagi Perusahaan
      Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan didalam melaksanakan usaha agar lebih meningkatkan proses bauran eceran yang diterapkan pada toko sufferage inc cimahi.
   2. Bagi Pihak Terkait
      Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta informasi-informasi yang dibutuhan bagi peneliti lain yang mempunyai bahasan yang sama sehingga dapat melakukan perbandingan.

B. Kegunaan Pengembangan Ilmu
   1. Bagi Penulis
      Untuk menambah ilmu pengetahuaan dan wawasan tentaang dunia usaha serta secara langsung dapat mengetahui cara dan metode yang diterapkan dalam perusahaan.
   2. Bagi Pembaca
      Dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut serta berguna bagi pengembangan ilmu.

2. OBJEK, DESAIN, METODE, OPERASIONAL, MODEL

2.1 Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini merupakan suatu permasalahan yang di jadikan sumber topik untuk penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukaan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang berjudul" Analisis citra merek t-shirt Sufferage Inc pada clothing Sufferage Inc Cimahi".

2.2 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang analisis Citra merek pada Sufferaga inc dan apakah pelaksanaan tersebut dapat meningkatkan penjualan, oleh karena itu digunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang kinerja penjualan pada Sufferage inc.

2.3 Metode Penelitian

Dalam menganalisis dan menginterprestasikan dan data digunakan analisi deskriptif digunakan untuk menjelaskan gambaran variable penelitian dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan persentase. Analisis data yang digunakan dalam pengolahan data penulisan

2.1 Operasional Variabel Penelitian

Untuk menjawab permasalahan diatas maka diperlukan opererasional variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian. Variabel yang dioperasionalisasikan adalah semua variabel yang terkandung dalam konsep dan sub variabel yang dirumuskan. Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau objek dari orang maupun objek yang mempunyai variabel tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diterik kesimpulannya. Adapun yang menjadi variabel utama adalah kinerja pelayanan sub variabel yaitu *Recognition, Reputation, Affinity, Brand Loyalty*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Variable	Konsep variabel	Indikator	Warna	Skala	sumber
Citra merek (brand image)	Pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan	1. **Recognition** - Pengenalan merek - Desain merek - Pemahaman atribut dan logo - Membedakan dengan merek lain	- Tingkat kemudahan dikenal merek - Tingkat kemunculan desain merek - Tingkat kemunculan atribut dan logo - Tingkat kemudahan membedakan dengan merek lain	Ordinal	Responden
		2. **Reputation** - Merek yang selalu dingat - Image yang baik - Kesan merek yang berkualitas - Merek adalah sesuai dengan konsep dan kepribadian - Menumbuhkan merek	- Tingkat kemudahan mengingat merek - Tingkat kesukaan image - Tingkat kesukaan merek berkualitas - Tingkat kesukaan merek sesuai dengan konsep dan kepribadian - Tingkat kemudahan menumbuhkan merek	Ordinal	Responden
		3. **Affinity** - Kesesuaian konsumen terhadap merek - Sikap terhadap kualitas merek - Penilaian reputasi merek yang dimiliki - Merek yang mewakili kepribadian dan gaya hidup	- Tingkat kesukaan dan kesesuaian terhadap merek - Tingkat kesukaan kualitas merek - Tingkat reputasi strategi merek - Tingkat kesukaan konsumen merek mewakili kepribadian dan gaya hidup	Ordinal	Responden
		4. **Brand loyalty** - Pembelian ulang merek - Merekomendasikan kepada orang lain - Penyampaian pesan kesan positif - Memiliki produk pesaing	- Tingkat kesukaan pembelian ulang - Tingkat kesediaan merekomendasikan merek kepada orang lain - Tingkat kesediaan penyampaian kesan positif terhadap merek - Tingkat kesediaan memiliki produk pesaing	Ordinal	Responden

2.2 MODEL

Dalam melaksanakan penyusunan Tugas Akhir ini beberapa metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data- data adalah sebagai berikut:

1. *Library research* (study kepustakaan)
   Adalah suatu rangkaian penelitian yang dilakukan dengan membaca literature, buku, majalah, jurnal untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder tersebut dijadikan sebagai landasan teori dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

2. *Field research* (study lapangan)
   Adalah suatu rangkaian penelitian di lapangan atau di perusahaan langsung dengan cara :
   a. Interview / Wawancara
      Yaitu teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara berkomunikasi langsung / menanyakan langsung dengan karyawan yang bersangkutan / pimpinan sufferage inc.
   b. Quesioner
      Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan lembaran kertas yang berisi pertanyaan - pertanyaan yang akan di isi oleh responden, yang kemudian lembaran - lembaran kertas tersebut akan dikumpulkan dan hasilnya akan di olah menjadi materi yang akan dibahas.
   c. Observasi
      Yaitu teknik yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan sebagai objek penelitian dimana dalam hal ini diteliti dengan baik secara langsung dan menunjang

pengumpulan data-data yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian pencatatan langsung dari sumber tertulis pada lokasi penelitian kuesioner.

3. HASIL DISKUSI

Berdasarkan hasil kuesioner menunjukan pencitraan merek yang dilakukan Sufferage Inc baik diterima oleh responden karena, Suffrage Inc dalam *recognition, reputation, affinity, brand loyalty*. Sehingga Sufferage Inc perlu mempertahankan apa yang telah dinilai positif oleh responden serta mengingatkan kembali pencitraan yang dinilai baik, sehingga dapat dijadikan motivasi agar lebih baik lagi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian sebanyak 80 responden pada konsumen Clothing Sufferage Inc Cimahi dan identifikasi masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka data yang di peroleh melalui survey dapat ditarik kesimpulan bahwa pada konsumen clothing Sufferage Inc Cimahi mempunyai citra merek sudah baik. Karena penelitian tingkat *recognition, reputation, affinity*, dan *brand loyalty* mencapai tingkat yang baik, hal ini dapat dilihat dari skorsing analisis deskriptif pertanyaan responden atas angka sebesar 4766 pada Bab IV dan tabulasi lampiran. Sebagian besar responden menunjukan bahwa citra merek sudah baik. Responden untuk mengenal t-shirt Sufferage Inc melihat atribut yang mempunyai ciri khas dan reputasi di mata konsumen ini sangat baik karena t-shirt Sufferage Inc mempertahankan kualitas dan mempunyai status yang cukup tinggi konsumen menyambut baik produk ini sehingga mampu mencapai ikatan emosional yang kuat antara t-shirt Sufferage Inc dengan konsumen.

4.1 Saran

Adapun saran yang diberikan untuk clothing Sufferage Inc Cimahi dari penulis sebagai bahan pertimbangan:

1. T-shirt Sufferege Inc telah dikenal dan memdapat tempat yang baik di benak konsumen namun untuk yang akan datang akan dihadapkan pada situasi dimana industri pakaian jadi semakin ramai dan kompetitif. Sehingga harus meningkatkan daya ingat konsumen akan t-shirt Sufferage Inc dan melakukan promosi penjualan, kupon dan peningkatan reputasi dan meningkatkan selalu kualitas t-shirt dan harus mengikuti perkembangan zaman.
2. Clothing Sufferage Inc harus selalu berusaha apa yang menjadi keingin konsumen dan lebih beragamnya desain t-shirt Sufferage Inc yang ditawarkan dan selalu mempertahankan ciri yaitu merek dan atribut untuk membedakan dengan produk yang lain sehingga konsumen mudah mengenal dan yakin membeli t-shirt merek Sufferage Inc

3. DAFTAR PUSTAKA

a. Kotler, Philip, 2002 *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium Jilid 1 Prebalindo: Jakarta

b. Kotler, Philip, 2006 *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 10 diterjemahkan oleh Hendra Teguh Rony, A. Rusli Perbalindo : Jakarta

c. Koesworodjati, Yudhi, 2006 *Prinsip dasar Manajemen Pemasaran*, FE-UNPAS
d. Mariot, John, 2006 *Hal-hal cedas yang perlu diketahui tentang pemasaran*, Elex Media Komputindo:Jakarta
e. Soemanggara. 2006 *Strategic Marketing Communication*, Alfabet : Bandung
f. Sogiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
g. Tjiptono, Fandy.2005.*Brand Management dan Strategy*,Andi : Yogyakarta
h. Umar, Hisen, 2002. *Risete Pemasaran dan Prilaku Konsumen.* PT. Gramedia Pustaka Utama : Bandung
i. Narimawati, Umi., 2010 *Penulisan karya Ilmiah*, Genesis: Jakarta