

BAB I PENDAHULUAN

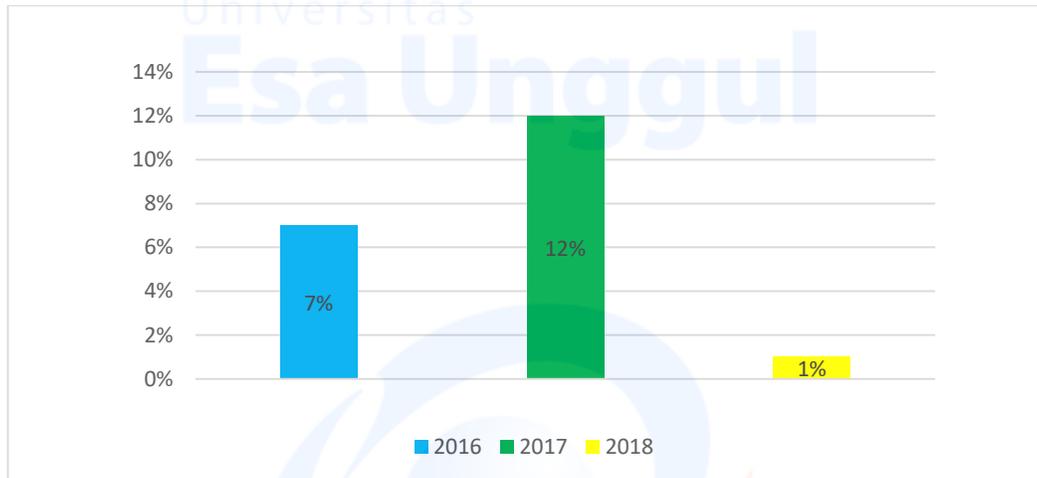
1.1 Latar Belakang

Saat ini, dengan adanya kreativitas maka perkembangan industri *fashion* semakin berkembang pesat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia telah menyadari bahwa mereka berpenampilan menarik dan dapat mengikuti perkembangan *fashion* saat ini. Permintaan *fashion* tidak hanya harus memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga memenuhi gaya hidup atau gaya hidup untuk menunjukkan identitas seseorang. *Fashion* juga sering dianggap sebagai kebutuhan. Industri *fashion* yang berkembang dan jalur perdagangan internasional membuat banyak *brand* di Indonesia membuka gerai dari luar negeri, karena pasar *fashion* Indonesia terbilang besar, salah satunya adalah peritel *fashion* Spanyol yaitu Pull&bear.

Pull&bear didirikan pada tahun 1991, dan misi internasionalnya adalah memproduksi pakaian untuk kaum muda. Pull&bear adalah merek internasional Inditex, dan bekerja sama dengan Mitra Adiperkasa (MAP) Indonesia, yang berkomitmen untuk mengelola merek *fashion* yang berfokus pada pakaian dan aksesoris kasual milenial. Produk yang ditawarkan antara lain kaos oblong, kemeja, jaket, celana pendek, jeans, tas dan aksesoris lainnya. Hanya dalam 25 tahun, Pull&bear telah membuka lebih dari 930 toko di jalan utama dan pusat perbelanjaan di 72 pasar. Pada 2015, omset mencapai 1,417 miliar euro, meningkat 10% dibandingkan 2014. Lebih dari 86 juta item telah terjual di seluruh dunia, yang sepertinya membuktikan bahwa Pull&bear adalah merek pilihan bagi remaja dan para orang dewasa.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Pull&bear telah mengadopsi tren internasional terkini, menggabungkannya dengan pengaruh yang terlihat di jalanan dan klub paling modis, dan memperbaruinya sesuai dengan gaya mereka untuk mengubahnya menjadi Pakaian yang nyaman dan mudah dipakai. Mengingat usia bukanlah halangan saat memilih pakaian dari Pull&bear, Pull&bear adalah konsep sejati untuk pria dan wanita muda dalam berdandan. Pull&bear menyediakan dua lini produk yang sangat berbeda untuk anak laki-laki dan perempuan. Di satu sisi, para remaja akan menemukan lebih banyak pakaian kasual di toko-toko, antara lain kaos oblong, kaos oblong, jeans, celana pendek dan topi bermuda. Di antaranya, kemeja katun murni menjadi bahan utama produk *fashion* merek Pull&bear. Pada produk *fashion* dari merek Pull&bear, setiap penyangga memiliki keunikan. Desain dan model dari *brand* Pull&bear sangat beragam, mulai dari yang kasual, elegan dan mewah, dari pakaian anak-anak hingga dewasa. Berikut persentase penjualan bersih Pull&bear.

Gambar 1.1
Penjualan Bersih Pull&bear



Sumber : <https://fashionretail.blog/2019/10/14/inditex-2018-financial-results-2/>

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, penjualan bersih Pull&bear pada tahun 2016 sebesar 7%, sedangkan penjualan bersih Pull&bear pada tahun 2017 sebesar 12% yang menunjukkan bahwa penjualan bersih Pull&bear meningkat dari 7% menjadi 12%, sedangkan pada tahun 2018, Penjualan Pull&bear turun dari 12% menjadi 1%. Dalam hal ini, pertumbuhan penjualan Pul&bear turun 11%. Berdasarkan hasil penjualan bersih dari tahun 2016 hingga 2018, penulis menemukan bahwa penjualan bersih Pull&bear mengalami masalah yaitu penjualan bersih mengalami penurunan.

Permintaan masyarakat akan produk *fashion* dapat dipenuhi dari berbagai produk *fashion* sejenis dari berbagai merek. Keadaan ini memberikan peluang usaha bagi para pengusaha untuk menciptakan produk *fashion* dengan merek yang sama tetapi berbeda keunggulannya, sehingga semakin banyak alternatif ragam produk sejenis yang beredar di pasaran. Merek merupakan pertimbangan penting, terutama bagi remaja, karena merek dapat menggambarkan kemampuan kita dalam membeli dan memilih produk. Penggunaan suatu merek atau merek juga akan memudahkan konsumen dalam mengingat produk jika konsumen melakukan pembelian ulang.

Ketika pengguna merasa puas dengan produknya, mereka akan memiliki minat beli kembali, karena konsumen memiliki pandangan yang baik tentang merek yang dipilih, sehingga konsumen tidak lagi memiliki pertanyaan tentang pilihannya, sehingga konsumen tidak akan menganggap merek lain sebagai pilihan pembelian kembali.

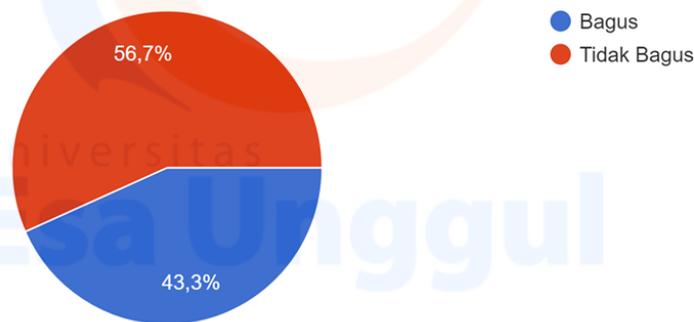
Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang. Suatu merek yang sudah memiliki merek sendiri di benak pembeli barang dan jasa, citra merek juga sangat mempengaruhi

proses seseorang melakukan pembelian di suatu tempat, karena sebelum seseorang memutuskan untuk memilih suatu produk atau jasa, harus terlebih dahulu mempertimbangkan apa yang akan mereka lakukan. Seperti merek favorit

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli ulang adalah harga. Harga adalah ukuran seseorang melakukan pembelian. Setiap orang terlebih dahulu harus mempertimbangkan harga yang murah sebelum membeli barang, namun barang tersebut harus memiliki kualitas yang tinggi saat menentukan barang dan jasa tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli ulang adalah kualitas produk. Kualitas juga sangat mempengaruhi kemauan seseorang untuk membeli, karena seseorang yang ingin melakukan pembelian harus terlebih dahulu melihat kualitas barang atau jasanya baik, karena kualitas disini lebih penting sebelum memilih barang atau jasa yang diinginkan. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan dan ditawarkan kepada konsumen harus sesuai dengan persepsi konsumen terhadap manfaat atau harapan yang diperoleh dari produk tersebut. Jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pilihan konsumen terhadap produk akan dibebankan pada produk tersebut. Penetapan harga perusahaan ditentukan berdasarkan banyak pertimbangan, salah satunya harus konsisten dengan nilai dan keuntungan yang akan diperoleh konsumen di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil pra survey yang telah dilakukan kepada 30 responden, mengenai citra merek maka diperoleh pra survey sebagai berikut :



Sumber : Diolah peneliti, 2020

Gambar 1.2 Diagram hasil pra survey variabel Citra Merek

Berdasarkan hasil pra survey yang terdapat pada gambar 1.2 diatas mengenai pernyataan “Menurut anda, bagaimana tingkat kepercayaan produk Pull&bear” diperoleh hasil 56,7% yaitu sebanyak 17 responden menyatakan bahwa citra merek Pull&bear belum baik. Selanjutnya diperoleh hasil sebesar 34,3% mengatakan baik, ini berarti 13 responden lainnya mengatakan bahwa kualitas produk Pull&bear sudah baik.

Hasil pra survey berikut akan menjawab masalah mengenai kualitas produk pada produk Pull&bear :

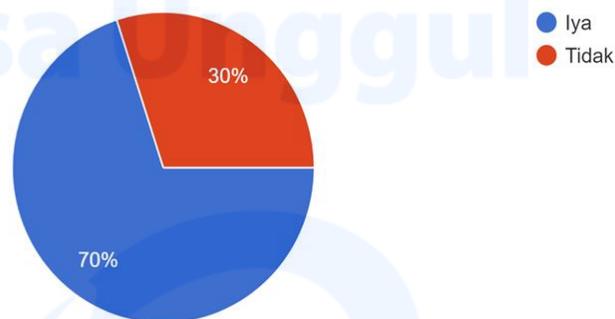


Sumber : Diolah peneliti, 2020

Gambar 1.3 Diagram hasil pra survey variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pra survey yang terdapat pada gambar 1.2 diatas mengenai pernyataan “Menurut anda, apakah tingkat kualitas ketahanan produk Pull&bear dapat dipercaya” diperoleh hasil 53,3% yaitu sebanyak 16 responden menyatakan bahwa kualitas ketahanan produk Pull&bear tidak dapat dipercaya. Selanjutnya diperoleh hasil sebesar 46,3% mengatakan dapat dipercaya, dalam hal ini berarti 14 responden lainnya mengatakan bahwa kualitas ketahanan produk Pull&bear sudah baik dan dapat dipercaya dikalangan konsumen.

Hasil pra survey berikut akan menjawab masalah mengenai harga pada produk Pull&bear :



Sumber : Diolah peneliti, 2020

Gambar 1.4 digram hasil pra survey variabel Harga

Berdasarkan hasil pra survey yang terdapat pada gambar 1.3 diatas mengenai pernyataan “Menurut anda, apakah harga dari produk Pull&bear sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan” diperoleh hasil 30% yaitu sebanyak 16 responden menyatakan bahwa harga produk Pull&bear belum sesuai dengan kualitas produk yang telah diberikan oleh Pull&bear. Selanjutnya diperoleh hasil sebesar 70% menyatakan sudah sesuai , dalam hal ini berarti 14 responden lainnya menyatakan bahwa harga yg diberikan Pull&bear sudah baik.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Citra merek pada produk Pull&bear belum bagus.
2. Kualitas produk yang ditawarkan Pull&bear belum cukup baik dimata konsumen.
3. Harga pada pull&bear sudah terjangkau karena harganya yang cukup terjangkau.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya permasalahan maka pada penelitian ini peneliti membatasi permasalahan pada citra merek, kualitas produk, harga dan minat beli ulang pada produk Pull&bear.

1. Objek pada penelitian ini adalah produk Pull&bear.
2. Permasalahan yang diteliti adalah faktor yang mencakup citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear.
3. Responden dalam penelitian ini adalah yang pernah membeli dan menggunakan produk Pull&bear yang berdomisili di Jakarta Barat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana konsumen memiliki minat untuk melakukan pembelian pada produk pull and bear, dengan pertimbangan beberapa faktor seperti citra merek, kualitas produk, dan harga. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear?

4. Apakah Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang pada produk pull&bear.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada produk pull&bear.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk berbagai pihak :

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear. Selain itu juga sebagai alat untuk mempraktikan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi perusahaan Pull&bear mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada produk pull&bear sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan
3. Bagi pihak lain
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh citra merek kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang pada produk Pull&bear, serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya mengenai tema.