

BAB I

PENDAHULUAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Wormhole Store

Wormhole Store merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang fashion yang menjual berbagai macam pakaian seperti jaket, baju, sweater, kemeja, tas, celana, dan lain-lain. Wormhole merupakan salah satu local brand yang berasal dari Bandung yang sudah berdiri sejak tahun 2010 yang dicetuskan oleh Edward Satria yang saat itu sedang berkuliah semester 2 di Universitas Parahyangan. Perusahaan ini terletak di Jalan Bahureksa 27 Bandung, Jawa Barat tetapi pada 2016 Wormhole meluaskan pangsa pasarnya dengan membuka cabang di Makassar. Tujuan didirikannya Wormhole adalah untuk menjadikan Wormhole sebagai local brand yang diminati oleh masyarakat Indonesia dan juga menjadikan anak muda mulai merasa bangga dengan menggunakan produk lokal.

Pada awalnya Wormhole menyediakan *multi branded store*, tetapi founder dari Wormhole akhirnya membuat brand sendiri yaitu w-essentiels. Brand tersebut didesain oleh teman dari Edward yang berdomisili di Amerika yang saat itu berkuliah di UCLA. W-Essentiels sendiri memiliki konsep minimalism, *streetwear*, dan lebih mengutamakan pada kenyamanan.

Nama Wormhole dicetuskan oleh sang founder karena terinspirasi dari slang american “Wormhole” yang berarti sebuah kondisi yang membuat individu lupa pada waktu karena terlalu nyaman dengan situasi tertentu. Dari filosofi tersebut membuat Edward menginginkan ketika customer memasuki Wormhole store mereka akan lupa waktu karena enjoy dengan apa yang ditawarkan oleh Wormhole.

Selain memasarkan produknya secara offline dengan membuka store, Wormhole juga memanfaatkan 3 media online sebagai wadah untuk memasarkan produknya, yaitu:

1. Akun Instagram Wormhole (<https://www.instagram.com/wormholestore/>)
2. Akun Facebook Wormhole (<https://www.facebook.com/u/wormholestore/>)
3. Website Wormhole (<https://wormholestore.com/>)

Berikut ini merupakan logo dari Wormhole yang menjadi objek dalam penelitian ini :



Gambar 1.1

Logo Wormhole Store

Sumber : <https://wormholestore.com/>

1.1.2 Produk Wormhole Store

Berdasarkan informasi dari instagram, youtube dan website dari Wormhole sendiri, Wormhole mengusung konsep streetwear, minimalism dengan berbagai jenis dan desain yang sesuai dengan selera fashion di kalangan remaja dengan

jumlah yang sangat terbatas. Wormhole sendiri memiliki brand yang didesain sendiri yang cukup terkenal yaitu W.Essentiels. Wormhole juga sering melakukan collaboration dengan beberapa influencer seperti Brandon Salim. Selain itu, Wormhole juga menjual beberapa produk internasional seperti Vans, Trasher, dan Dickies yang launching produknya yang selalu mendapatkan antusias yang sangat bagus dari kalangan anak muda. Penawaran produk Wormhole sendiri ditawarkan untuk laki-laki dewasa (men), dan wanita dewasa (women).



Gambar 1. 2

Salah Satu Produk Hoodie W.Essentiels

Sumber : (<https://www.facebook.com/wormholestore/>)



Gambar 1. 3

Salah Satu Produk Internasional Wormhole

Sumber : (<https://www.facebook.com/wormholestore/>)



Gambar 1. 4

Salah Satu Produk Totebag Wormhole

Sumber : (<https://www.facebook.com/wormholestore/>)



Gambar 1. 5

Salah Satu Produk Hoodie Brandon Salim X W.Essentiels

Sumber : (www.wormholestore.com/)



Gambar 1. 6

Salah Satu Produk Varsity Jacket Brandon Salim X W.Essentiels

Sumber : (www.wormholestore.com/)

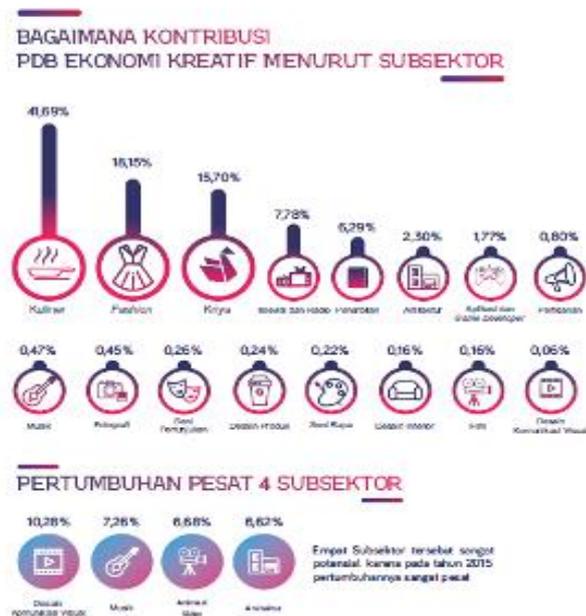
1.2 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, perkembangan bisnis di Indonesia terus berkembang, terutama di kota-kota besar, salah satunya kota Bandung. Hal ini membuat persaingan bisnis antar perusahaan dengan perusahaan lainnya menjadi lebih ketat. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memenangkan persaingan dalam pasar, perusahaan terus berinovasi dan menetapkan strateginya untuk menarik minat konsumen. Perusahaan saat ini tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga berfokus pada keunikan, citra merk, serta penetapan harga. Dengan banyaknya produk yang sejenis, setiap perusahaan menerapkan strateginya masing-masing untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki trend fashion yang diminati kalangan anak muda karena banyaknya brand local yang menyediakan beragam produk fashion. Hal tersebut juga dapat menarik wisatawan untuk berbelanja fashion di kota Bandung. Banyaknya brand local membuat masyarakat bebas memilih produk untuk dibeli yang sesuai dengan minat dan kemampuan konsumen dalam membelinya. Dengan banyaknya brand local, membuat setiap perusahaan menawarkan keunikan tersendiri dan desain yang bermacam-macam.

Kebutuhan masyarakat terhadap pakaian dan kebutuhan fashion adalah hal yang sangat penting bagi setiap kalangan konsumen. Konsumen saat ini diberikan berbagai pilihan produk untuk memutuskan yang mana akan dibeli sesuai dengan minat masyarakat. Hal tersebut dikarenakan pakaian merupakan kebutuhan primer bagi setiap individu. Dengan banyaknya produk beragam yang ditawarkan oleh perusahaan, masyarakat akan lebih teliti dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan selera konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang fashion keputusan konsumen dalam memilih produk sangat dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, serta desain yang menarik. Tuntutan konsumen untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan minat masyarakat menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk mewujudkan keinginan konsumen tersebut.

Ekonomi di Indonesia didominasi oleh 3 Subsektor



Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif

Gambar 1.7

Grafik kontribusi PDB Ekonomi Kreatif

Sumber : Data Statistik Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik (2017)

Berdasarkan Gambar 1.7 diatas, dapat dilihat bahwa grafik tersebut menunjukkan terdapat 8 besar subsektor yang menjadi penyumbang PDB terbesar pada Eonomi Kreatif. Kuliner, fashion dan kriya telah menjadi 3 subsektor terbesar. Berdasarkan grafik tersebut, fashion menempati urutan kedua dengan persentasi 18,15%, hal tersebut menunjukkan bahwa industry fashion memiliki pasar yang luas dan menarik perhatian para pelaku ekonomi kreatif yang berarti juga telah mendapatkan respon yang positif oleh para masyarakat Indonesia.

Saat ini produsen dihadapkan pada masalah yang sulit yaitu masalah persaingan. Pilihan perusahaan untuk tetap eksis, yaitu hanya dengan meningkatkan kualitas produk atau pelayanan. Semakin banyaknya perusahaan yang memiliki produk sejenis membuat setiap perusahaan menerapkan strateginya masing-masing baik dari segi harga, pemasaran, keunikan, dan juga kualitas produk. Perusahaan akan lebih mudah diterima masyarakat apabila produk yang ditawarkan berbanding lurus dengan kebutuhan dan pendapatan konsumen. Disaat persaingan semakin ketat, perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produknya, dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan kekuatan tawar menawar konsumen, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai sebuah tujuan utama.

Dalam menarik minat konsumen, setiap perusahaan harus memiliki dan memberikan keunikan dari produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Keunikan dari sebuah produk akan menjadi ciri khas atau perbedaan dari produk sejenis yang mempengaruhi keputusan pembelian. Keunikan dari produk yang ditawarkan merupakan salah satu hal yang sangat diunggulkan dalam masyarakat karena banyaknya produk sejenis yang ditawarkan sehingga masyarakat akan lebih teliti dan memilih produk yang berbeda dari yang lainnya. Keunikan atau ciri khas dari sebuah produk akan mempengaruhi minat konsumen yang akan berdampak pada Brand Image dari sebuah perusahaan. Semakin unik sebuah produk, maka kesempatan untuk memenangkan persaingan di pasar akan menjadi lebih besar.

Untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen, perusahaan harus memerhatikan persediaan atau stok dari produk yang ditawarkan. Persediaan merupakan salah satu elemen yang penting dalam operasional perusahaan. Tanpa adanya persediaan produk yang cukup, perusahaan akan dihadapkan pada risiko tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga akan mengurangi kesempatan mendapatkan keuntungan dan mengakibatkan target penjualan terhadap konsumen tidak terpenuhi. Ketersediaan produk yang

ditawarkan perusahaan harus sebanding atau lebih banyak dari permintaan masyarakat agar konsumen dapat memenuhi kebutuhannya. Masyarakat akan cenderung memilih perusahaan yang memiliki ketersediaan produk yang lebih banyak yang akan berpengaruh terhadap loyalitas dan pembelian berulang.

Pada sisi lain, beragamnya harga yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan juga menjadi indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga sangat mempengaruhi pembelian konsumen karena setiap individu memiliki kemampuannya masing-masing dalam membeli suatu produk. Apabila harga yang ditawarkan oleh perusahaan menyesuaikan dengan pendapatan rata-rata masyarakat, maka kemungkinan produk tersebut diminati masyarakat akan menjadi lebih besar. Di sisi lain, penetapan harga merupakan salah satu strategi dari perusahaan dalam menarik minat konsumen. Hal tersebut dikarenakan harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap perusahaan berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik lebih banyak konsumen.

Tuntutan permintaan masyarakat akan sebuah produk yang semakin berkualitas membuat perusahaan yang bergerak dibidangnya untuk meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan Brand Image (citra merek) produk yang mereka miliki. Berbagai upaya yang dilakukan perusahaan dalam mempertahankan Brand Image (citra merek) diantaranya melalui penetapan harga yang bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik brand Image produk yang perusahaan miliki maka akan berdampak pada keputusan pembelian oleh konsumen. Hal tersebut dikarenakan konsumen yang memiliki kepercayaan pada merek tertentu akan lebih yakin dalam memutuskan pembelian.

Keputusan pembelian konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas tetapi juga sebagai indikator biaya yang dikorbankan untuk ditukar dengan produk atau manfaat produk tersebut. Disinilah kita melihat sejauh mana merek dapat mempengaruhi penilaian konsumen dengan Brand Image (citra merek) dari produk tersebut. Dengan banyaknya produk sejenis, masyarakat akan lebih teliti dalam memilih suatu produk untuk dibeli dan keunikan serta strategi dari tiap perusahaan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam industry fashion di Bandung yang cukup terkenal di kalangan anak muda saat ini adalah Wormhole Store yang terletak di Jalan Bahureksa 27 Bandung, Jawa Barat. Produk fashion yang dipasarkan Wormhole Store memiliki kelebihan dan ciri khas tersendiri dibandingkan dengan produk sejenis yang dipasarkan perusahaan lain. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran perusahaan dengan harapan produk yang dipasarkan dapat menembus pasar, serta mampu meraih pangsa pasar yang luas. Oleh karena itu, tujuan untuk meningkatkan produk terutama bentuk, harga, daya tahan, dan merek yang dipasarkan harus dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Untuk mengetahui bagaimana Brand Image dan harga pada Wormhole Store Bandung peneliti menyebarkan kuisioner pra penelitian kepada customer sebanyak 30 orang. Hasil tanggapan customer dapat di lihat pada tabel berikut.

No	Pertanyaan	Ya(%)	Tidak(%)
Brand Image			
1.	Apakah Wormhole memiliki pelayanan yang ramah pada konsumen?	42%	58%
2.	Apakah Wormhole memiliki produk yang berkualitas baik?	47,5%	52,5%

3.	Apakah Wormhole menyediakan informasi yang lengkap mengenai produknya? (Size chart, harga, bahan)	40%	60%
Harga			
1	Apakah harga yang ditawarkan Wormhole sesuai dengan kemampuan anda?	52,3%	47,7%
2	Apakah Wormhole sering mengadakan diskon?	35%	65%
3	Apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk?	47%	53%

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan kepada 30 responden menyatakan bahwa hanya sebesar 42% responden yang setuju bahwa Wormhole memiliki pelayanan yang ramah pada kosnumennya. Selain itu hanya 47,5% responden menyatakan bahwa wormhole memiliki produk yang berkualitas baik. Pada pernyataan lain dapat dilihat bahwa 60% responden merasa bahwa Wormhole kurang menyediakan informasi yang lengkap mengenai produknya. Hal tersebut membuktikan bahwa Wormhole memiliki permasalahan pada dimensi *brand image* yaitu *Coorporate image*, *user image*, dan *product image*.

Pada pernyataan lain menunjukkan bahwa 47,7% responden merasa bahwa harga yang ditawarkan Wormhole sesuai dengan kemampuan dalam membeli. Selain itu, 65% responden merasa bahwa Wormhole tidak sering memberikan diskon kepada kosnumennya. Pada pernyataan lain menunjukkan 53% responden merasa harga yang ditawarkan Wormhole tidak sesuai dengan kualitas produk. Dari data tersebut menunjukkan bahwa terjadi permasalahan Wormhole pada sisi harga.

 **Arthur Pamungkas** ⋮
1 review

★☆☆☆☆ 3 weeks ago
hope good karma come to you too. pelayanan ngga ada ramah ramahnya sama sekali.

(Translated by Google)
hope good karma come to you too. the service is not friendly at all.



Response from the owner
3 weeks ago

2 bintang without comment. So kind, hope good karma coming to you bro

 **Yoga Putra** ⋮
Local Guide · 25 reviews

★★★★★ a year ago
Promo kurang menarik, 5panel yg galaku dibuat hadiah. Tapi hoodie w.essentiels nya lumayan oke, cuman fitnya aja jelek. Panjang ditangan

(Translated by Google)
Promos are less attractive, 5 panels that I make are prizes. But the hoodie w.essentiels is pretty okay, it's just a bad fit. Long in hand



Response from the owner
a year ago

Lumayan oke tp 1 bintang. 🙏🙏



Icogaskin Jr
13 reviews · 3 photos



★★★★☆ 2 years ago
mahill bgt

(Translated by Google)
mahill really



← Wormhole Store



Like



Answer



Wormhole Store (Owner)
a month ago



Buka jam 11-7



Like



Kapan diskon gede²an wkwkwkwk



(Translated by Google)
When is the big discount wkwkwkwk



Like



Answer



Zein
Local Guide · 50 reviews · 68 photos



★★★★☆ 2 years ago
Barang premium, tokonya Sudah bagus Dr sebelum nya, pelayanan kurang baik, masih memilih konsumen

(Translated by Google)
Premium stuff, the shop is good Dr before him, less good service, still choose the consumer



Aruna King
Local Guide · 30 reviews · 6 photos



← Wormhole Store

Cara menukar barang gimana ya? Soalnya punya saya kekecilan

(Translated by Google)
How do you exchange items? The problem is I...

👍 Like 💬 Answer 🚩

Langkah2 kalo mau tukar barang gimana mas? soalnya punya saya kekecilan

(Translated by Google)
Steps if you want to exchange goods, how do...

👍 Like 💬 Answer 🚩

← Penilaian

Dari Pembeli
(4.9 dari 5)

Dari Penjual
(5.0 dari 5)

 haidir1811
★★★★☆
Warna tidak sesuai gambar (dipesan apa yang kirim lain)



15-05-2020 19:35 | Variasi: S

 eddymahmudin
★★★★☆
mengecewakan ukuran Tidak sesuai pesanan, yang teliti boz kalau mau ngemas barang pesanan pelanggan...



09-03-2020 19:59 | Variasi: L

laila_septia
 ★★★★★
 Padal pesennya size L knp yg dikirim XL lebih teliti lagi yaa 😊.



14-04-2020 09:44 | Variasi: L

Dari Pembeli
(4.9 dari 5)

Dari Penjual
(5.0 dari 5)

sneeringeel
 ★★★★★
 Untuk Hoodie yang harganya hampir 500ribu rupiah atau terbilang hampir Setengah Juta; Barangnya biasa aja, Ketebalannya sedang, Kualitasnya sedang, Mudah berbulu sepertinya, dan untuk, Jasa kirirnya lama banget, bahkan ketika sudah sampai di Kota saya paketnya di gudang sehari-harian mangkrak

17-09-2019 13:54 | Variasi: L

balemualif
 ★★★★★
 Sablonannya pecah jelek..ga sesuai harga

05-02-2020 11:58 | Variasi: L

inggar pangestus
 ★★★★★
 untuk harga segini, kualitas bahan kurang.



11-03-2020 09:17 | Variasi: S

Gambar 1.8

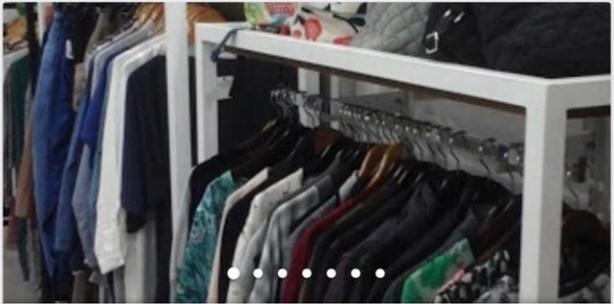
Komentar Konsumen Mengenai Produk dan Harga Wormhole

Sumber : Review Wormhole Store pada aplikasi Shopee dan Google

← brand lokal bandung clothing 🔍 MAP

Within 32.2 km Open now Top rated MORE FILTERS

Can't find what you are looking for?
ADD A MISSING PLACE



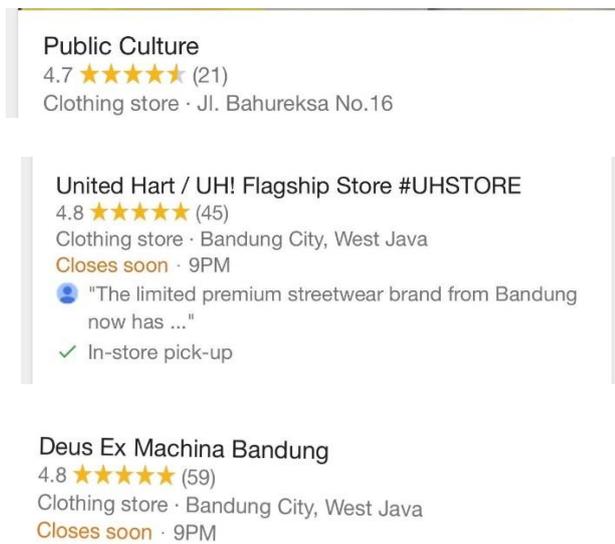
Flashy
5.0 ★★★★★ (2)
Clothing store · Jl. Sultan Agung No.9

Cosmic Clothes
4.7 ★★★★★ (24)
Clothing store · Bandung City, West Java
Closes soon · 9PM

Wellborn Flagship Store
4.7 ★★★★★ (114)
Clothing store · Bandung City, West Java
Closes soon · 9PM
🗣️ "This local brand is known to be a step above other local ..."

Wormhole Store
4.5 ★★★★★ (140)
Men's clothing store · Jl. Bahureksa No.27
Closed · Opens 11AM Tue
🗣️ "... macam brand nya."
✓ In-store pick-up

HAMMERSTOUT
4.8 ★★★★★ (68)
Clothing store · Bandung City, West Java
Closes soon · 9PM
🗣️ "... beli baju brand ga usah ngongkos"
✓ In-store pick-up



Gambar 1.9

Rating Brand Lokal *Clothing* Bandung

Sumber : Rating brand local clothing Bandung (Google)

Pada gambar 1.7 diatas, dapat dilihat dari beberapa komentar konsumen mengenai persepsi konsumen dari Wormhole yang kurang ramah dalam pelayanan, kurangnya promo yang dilakukan, kurangnya informasi mengenai size chart dan penukaran produk, serta barang yang dikirim tidak sesuai pesanan. Suatu perusahaan harus memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen, dengan adanya hubungan baik dengan konsumen serta pelayanan yang baik maka pelanggan merasa puas dan berdampak baik pada reputasi perusahaan. Selain itu, pada gambar 1.8 dapat dilihat bahwa Wormhole memiliki rating 4,5 yang termasuk baik tetapi masih kalah dengan rating dari para pesaingnya. Dengan menyediakan produk yang berkualitas, banyaknya brand yang ditawarkan, serta memiliki desainer di Amerika seharusnya Wormhole memiliki nilai lebih di masyarakat dan memiliki rating yang lebih besar dibanding pesaingnya karena sebagian besar pesaingnya hanya menyediakan satu brand saja. Hal tersebut menunjukkan adanya permasalahan pada citra merek serta pembelian pada Wormhole.

Menurut Kotler (2002: 18) kesan produk yang baik dapat mempengaruhi persepsi konsumen, dan kenyataan yang nampak di lapangan memang banyak dirasakan oleh peneliti bahwa terkadang kepuasan konsumen untuk membeli itu dipengaruhi oleh citra suatu produk. Sedangkan menurut Gregorius dalam Zulhamdi (2008: 45), penentuan harga serta potongan harga juga dapat berpengaruh terhadap keputusan membeli, fakta dilapangan banyak konsumen membeli suatu produk tetapi yang dilihat pertama kali ialah harga suatu produk. Berdasarkan beberapa uraian permasalahan pada objek penelitian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Wormhole Store Bandung”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi Wormhole Store Bandung dalam membangun brand image?
2. Bagaimana Wormhole Store Bandung mengendalikan tingkat penjualan berdasarkan harga jual?
3. Bagaimana pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Wormhole Store Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Strategi Wormhole Store Bandung dalam membangun brand image.
2. Cara yang digunakan Wormhole Store Bandung dalam mengendalikan tingkat penjualan berdasarkan harga jual.

3. Pengaruh brand image dan tingkat harga yang ditawarkan Wormhole Store Bandung terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mengenai pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian adalah :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu di bidang Pemasaran yang membahas tentang pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Wormhole Store serta diharapkan dapat dijadikan untuk referensi karya ilmiah untuk mahasiswa atau penelitian lainnya.

2. Manfaat Praktis

Aspek praktis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan informasi untuk perusahaan yang bersangkutan (Wormhole Store) serta agar perusahaan mengetahui peran brand image dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dimasa yang akan mendatang.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memahami lebih jelas isi laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub - bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku ataupun para ahli yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang jenis beserta sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data serta pembahasan dari pengolahan data yang telah diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.