

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Objek Penelitian

#### 1.1.1 Gambaran Perusahaan

*Pull And Bear* merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang *fashion* yang menjual berbagai macam pakaian seperti jaket, baju, sweater, kemeja, tas, celana, dan lain-lain. *Pull and Bear* merupakan salah satu international *brand* yang berasal dari Spanyol yang berkantor pusat di Naron (A Coruna), Galisia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1986 dengan nama *New Wear*, S.A. dan resmi menggunakan nama *pull and bear* pada tahun 1991. *Pull And Bear* merupakan anak usaha dari Inditex, dan mulai menjual produknya secara daring pada bulan September 2011. Tujuan didirikannya *Pull And Bear* di Indonesia khususnya di kota Bandung adalah untuk menjadikan *Pull And Bear* sebagai international *brand* yang diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya di kota Bandung ([www. Direktoribrandfashion.wordpress.com](http://www.Direktoribrandfashion.wordpress.com)).

*Pull And Bear* sendiri berfokus pada pakaian kasual, pakaian santai dan aksesoris untuk anak muda dengan gaya yang sangat urban, dengan harga yang dapat dijangkau. Toko *Pull And Bear* sendiri dirancang sebagai ruang kepeloporan yang menarik bagi target pasar.

*Pull And Bear* berkembang dilaju yang sama dengan pelanggannya, serta terus mengamati teknologi terbaru, tren artistik atau musik terbaru untuk menyesuaikan diri dengan para pelanggannya. Semua ini dapat dilihat dari cerminan yang tidak terpaku pada desain namun juga dari tampilan tokonya ([www.pullandbear.com](http://www.pullandbear.com)).

Selain memasarkan produknya secara *offline* dengan membuka toko, *Pull And Bear* juga memanfaatkan 5 *media social* sebagai wadah untuk memasarkan produknya, yaitu:

1. Akun Instagram *Pull And Bear* (<https://www.instagram.com/pullandbear/>)
2. Akun Facebook *Pull And Bear* ([https://www.facebook.com/PullBear-632187600743815/?brand\\_redir=968388147380](https://www.facebook.com/PullBear-632187600743815/?brand_redir=968388147380))
3. Akun Pinterest *Pull And Bear* ([https://id.pinterest.com/pullbear/\\_created/](https://id.pinterest.com/pullbear/_created/))
4. Akun Youtube *Pull And Bear* (<https://www.youtube.com/pullandbear>)
5. Website *Pull And Bear* (<https://www.Pullandbear.com>)

Berikut ini merupakan logo dari *Pull And Bear* yang menjadi objek dalam penelitian ini :

# PULL&BEAR

Gambar 1.1.1. Logo Pull & Bear

Sumber : [www.pullandbear.com](http://www.pullandbear.com)

## 1.1.2 Objek Penelitian

*Pull And Bear* membawa tren international terbaru ke jalan dalam bentuk busana kasual yang nyaman dan mudah dipakai. Koleksi *Pull And Bear* terbuat dari ide bahwa untuk berpakaian dan terlihat muda, tidak memiliki batasan usia untuk pria maupun wanita. *Pull And Bear* memiliki dua koleksi busana yang sangat berbeda untuk laki-laki dan perempuan. Di satu sisi, remaja akan menemukan koleksi yang lebih kasual di toko-toko dalam bentuk jaket, baju, sweater, kemeja, tas, dan celana, di mana kapas adalah bahan utama. ([www.pullandbear.com](http://www.pullandbear.com))



Gambar 1.1.1. Contoh Produk *Pull and Bear* Pria & Wanita

Sumber : [www.pullandbear.com](http://www.pullandbear.com)

## 1.2 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan dalam dunia *fashion* mengalami peningkatan yang sangat pesat dengan adanya suatu kreativitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah menyadari untuk berpenampilan menarik dan mengikuti perkembangan *fashion* yang sedang berkembang saat ini. *Trend fashion* merupakan mode pakaian atau perhiasan yang populer selama waktu tertentu. Istilah *fashion* sering digunakan dalam arti positif yaitu sebagai sinonim untuk glamour, keindahan dan gaya atau *style* yang terus mengalami perubahan dari masa ke masa (www.kompasiana.com, 2021).

Menurut Nurizal (2019:1-2), Bandung tentunya adalah salah satu kota yang memiliki daya tarik dan potensi pasarnya yang besar, hal ini mendukung misi kota Bandung sebagai kota kreatif. Hal tersebut juga dapat menarik wisatawan untuk berbelanja *fashion* di kota Bandung. Banyaknya *brand* lokal dan internasional membuat masyarakat bebas memilih produk untuk dibeli yang sesuai dengan minat dan kemampuan konsumen dalam membelinya. Dengan banyaknya *brand* lokal, membuat setiap perusahaan menawarkan keunikan tersendiri dan desain yang bermacam-macam (Yusra, 2020:7-8).

Adapun kebutuhan masyarakat akan suatu produk yang sama dapat dipenuhi oleh berbagai macam variasi produk sejenis dengan merek berbeda (Fryda, 2015:3-5). 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 (Yusra, 2020:7-8).

Menurut www.business.idntimes.com beragam produk yang sering kita pakai pasti memiliki variasi harga tersendiri. Melihat harga murah atau mahal, seringkali kita harus melihat labelnya terlebih dahulu. Semakin terkenal merek tersebut, kita cenderung memaklumi jika harganya mahal. Jika dilihat kembali sebenarnya apa yang membuat barang dengan merek terkenal khususnya *brand* internasional lebih mahal. Perusahaan *brand* sering menerapkan *Keystone markup*, terutama *brand* ternama. Dengan metode ini lebih memudahkan untuk menentukan harga suatu produk. Sebagai contoh *brand* bernama *Pull And Bear*.

Salah satu pesaing terbesar dari *Pull and Bear* adalah H&M. H&M merupakan salah satu *brand fashion* yang memiliki beragam macam variasi produk yang ditawarkan untuk kalangan masyarakat luas, seperti kaos, kemeja, sepatu, hingga aksesoris-aksesoris untuk pria maupun wanita. Dengan harga yang lebih terjangkau dan memiliki variasi model tersebut. Namun seperti *brand fashion* lainnya, yaitu H&M memiliki target pasar yang sama dengan *Pull and Bear*, konsep produk H&M merupakan segmentasi pada umur 20 – 30 tahun dengan kelas sosial menengah (Devin, 2019: 5).

Seiring dengan perkembangan trend *fashion*, *Pull and Bear* selalu memberikan tren *fashion* yang selalu *up to date* dan berbagai macam model dengan harga yang terjangkau, sehingga menciptakan suatu kondisi *scarcity* yang membentuk persepsi konsumen bahwa produk *Pull and Bear* itu menarik (Wiatma, 2020:12-13). Dalam pergantian model *fashion*, *Pull and Bear* memproduksi produknya dalam jangka waktu yang cepat dengan menggunakan desainer lokal untuk memproduksi pakaian baru setiap dua minggu sekali, ini bertujuan untuk menaikkan volume penjualan dan untuk mempertahankan pangsa pasar yang telah diperolehnya. Disinilah peran penting dari *brand fashion* untuk meraih pangsa pasar yang diharapkan oleh perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh *brand fashion Pull and Bear* terhadap keputusan pembelian konsumen *brand fashion Pull and Bear* khususnya pada kota Bandung. Untuk itu peneliti memiliki judul **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Fashion Pull And Bear Di Bandung Tahun 2021”**

### 1.3 Perumusan Masalah

Rumusan masalah ini berguna untuk mempermudah dalam melaksanakan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah antara lain:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga *brand fashion Pull and Bear* di Bandung?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian konsumen pada *brand fashion Pull and Bear* di Bandung?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen *brand fashion Pull and Bear* di Bandung?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Rumusan masalah ini berguna untuk mempermudah dalam melaksanakan penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah antara lain:

1. Mengetahui tanggapan konsumen mengenai harga *brand fashion Pull and Bear* di Bandung
2. Mengetahui keputusan konsumen pada *brand fashion Pull and Bear* di Bandung.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen *brand fashion Pull and Bear* di Bandung.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu di bidang Pemasaran yang membahas tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Pull And Bear* serta diharapkan dapat dijadikan untuk referensi karya ilmiah untuk mahasiswa atau penelitian lainnya.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Aspek praktis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan informasi untuk perusahaan yang bersangkutan (*Pull And Bear*) serta agar perusahaan mengetahui peran harga terhadap keputusan pembelian konsumen untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dimasa yang akan mendatang.

## **1.6 Batasan Penelitian**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar Harga dari Perusahaan *Pull And Bear*.
2. Luas lingkup persebaran kuisioner untuk masyarakat Bandung.
3. Tahun penelitian proyek ini dibuat pada tahun 2020-2021.