

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Converse Inc., yang berkantor pusat di Boston, Massachusetts, adalah anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya oleh NIKE, Inc. Didirikan pada tahun 1908 sebagai perusahaan sepatu karet yang mengkhususkan diri pada sepatu karet. Tak lama kemudian, bahan baku karet yang sama digunakan dalam pembuatan mamufakturing sepatu tenis. Di tahun 1920, perusahaan memproduksi sepatu basket pertama yang terbuat dari kanvas, dinamakan "All Star", untuk bola yang terkubur di lapangan. Saat ini, Converse dijual secara global di lebih dari 160 negara, dan telah menaklukkan warisan yang kaya dari alas kaki legendaris seperti Chuck Taylor All Star, Jack Purcell, Cons dan Chuck Taylor All Star II yang telah hadir di beberapa momen dalam sejarah, membuat musik, seni urban, dan skateboard di jalanan dunia, selain dianggap sebagai ikon mode dan sahabat hari kerja. Setiap lini yang dikembangkan oleh Converse memiliki identitas, gaya dan kustomisasi yang membuatnya menjadi merek yang tidak membatasi penggemarnya.

Gambar 1.1 Logo Converse



Sumber : www.google.com

Diakses tanggal 4 Juni 2022

Selama lebih dari seratus tahun, Converse telah memberdayakan semangat kawula muda yang berani berekspresi melalui individu dan gerakan mereka. Dimulai

dengan sepatu Chuck Taylor All Stars dan One Star yang ikonik, Converse telah melakukan perjalanan seiring dengan evolusi olahraga, jalanan, dan budaya. Sepatu kami terkenal di dunia karena warna, kenyamanan, dan desainnya. Mereka telah dipakai sejak dahulu kala oleh atlet terkenal dan selebriti lainnya dan menambahkan kesan stylist untuk model pakaian apa pun. Sebagai merek global, Converse berkomitmen untuk menyoroti dan menangani masalah saat ini, seperti keberlanjutan. Dengan jangkauan global kami, Converse bertujuan untuk dapat memberikan motivasi serta dapat memberikan inspirasi berupa perubahan melalui kampanye dan gerakan untuk melanjutkan perjalanannya bersama generasi masa depan.

Converse nyatanya berkembang menjadi sebuah merek sepatu yang iconic dan menjadi salah satu merek sepatu yang wajib dipakai. Pada tahun 1970-an Converse juga membeli hak merek dagang sepatu Jack Purcell dari B.F. Goodrich menjadi Converse Jack Purcells. Dengan bermunculannya pesaing baru seperti Puma, Adidas, Nike, Reebok yang memperkenalkan desain sepatu baru ke masyarakat, Converse tidak lagi menjadi sepatu resmi National Basketball Association (NBA).

Pada tanggal 22 Januari 2001 Converse menetapkan kebangkrutan perusahaan. Hal ini dikarenakan hilangnya pangsa pasar serta keputusan bisnis yang buruk. Sehingga pada bulan April 2001, perusahaan diakuisisi oleh manajemen baru yang membuat Converse mulai naik pamor kembali bersaing dengan Nike. Namun pada tanggal 9 Juli 2003 pesaing Converse, yakni Nike telah resmi mengambil alih perusahaan. Produk Converse nyatanya telah menjadi pilihan bagi banyak orang, termasuk selebriti seperti Willow Smith, Drew Barrymore, Demi Lovato, dan Kristen Stewart. Sumber : www.converse.id, diakses 4 Juni 2022.

Gambar 1.2 Sepatu Converse



Sumber: www.galena.co.id, Diakses pada tanggal 4 Juni 2022

1.1.2 Visi Misi Sepatu Converse

Berikut ini merupakan visi dan misi Converse:

a. Visi:

Menjadi Perusahaan yang besar yang terpandang, menguntungkan dan memiliki peran dominan dalam bisnis sepatu.

b. Misi:

- 1) Menghasilkan Laba yang pantas untuk mendukung pengembangan perusahaan.
- 2) Menjalin kemitraan kerja dengan pemasok dan penyalur yang saling menguntungkan.
- 3) Menjadi perusahaan converse yang terpercaya oleh para konsumen.
- 4) Menjadi perusahaan converse terbesar di Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Saat ini perubahan zaman semakin meningkat dapat terjadi karena adanya teknologi yang semakin maju serta didukung faktor lingkungan seperti sosial dan budaya secara cepat. Derasnya arus informasi melalui teknologi yang diterima masyarakat mempengaruhi pola hidup masyarakat sehari-hari. Awal munculnya trend fashion di indonesia ,yang diawali oleh budaya eropa dan asia terutama busana korea yang sudah terjadi belakangan ini. Awal perkembangan trend fashion di indonesia cenderung mencontoh gaya barat, misalnya dalam bahan yang dipakai maupun desain.

Dengan adanya trend sepatu yang sangat pesat, maka dari itu produsen sepatu memanfaatkan peluang dalam kenyataan ini dengan berlomba-lomba mengeluarkan berbagai jenis dan merek yang di keluarkan di Indonesia. Kepribadian seseorang pun dapat dilihat dari model sepatu yang mereka gunakan sehari-hari, seperti orang yang biasa menggunakan sepatu sneakers merupakan ciri kepribadian orang yang lincah, bernalis dan bersemangat. Dan biasanya ciri-ciri seperti itu terdapat di dalam fase remaja sampai dewasa www.merdeka.com, diakses pada tanggal 4 Juni 2022.

Menurut Olga Tampake, sebagai salah satu fashion designer menjelaskan bahwa fashion adalah gaya pakaian yang digunakan oleh seseorang dalam kesehariannya untuk menunjang penampilan dalam golongan masyarakat sebuah gaya akan dilihat dari cara berpakaian yang sedang populer saat ini. Sehingga dalam pelaku

bisnis dibidang fashion harus bisa memprediksi desain produk yang akan dihasilkan serta mengikuti tren pasar yang ada saat ini, karena bidang fashion merupakan salah satu industri yang paling menguntungkan pada saat ini. mnews.co.id, diakses pada tanggal 4 Juni 2022.

Tabel 1.1 Top Brand For Gen Z Index 2022

Brand	TBI	
Adidas	30.80%	TOP
Reebok	15.70%	TOP
Converse	12.50%	TOP
Nike	12.40%	
Puma	9.30%	

Sumber : www.topbrand-award.com, diakses 4 Juni 2022

Menurut tabel diatas parameter Top Brand Index 2022 menunjukkan, merek Converse berada pada urutan 3 pada kategori sepatu dengan perolehan Top Brand Index 12.50%. Jika dibandingkan dengan index merek Converse, merek Reebok dan merek Adidas unggul dari merek sepatu Converse. Berbeda dengan kedua kompetitor lainnya yang hanya mempunyai *gap* index terpaut tipis. Artinya dari sisi loyalitas, konsumen merek sepatu converse masih kalah unggul dengan kompetitor lain.

Dari hasil survey yang dilakukan oleh Top Brand Index juga menunjukkan bahwa sepatu Converse unggul dalam kategori sepatu sekolah, sedangkan untuk kategori sepatu casual tidak masuk kedalam Top Brand Index pada tahun 2018-2021. Hal tersebut menyatakan bahwa dari sisi loyalitas, konsumen merek sepatu converse masih kalah unggul dengan kompetitor lain.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Citra Merek Terhadap Sepatu Merek Converse di Kota Cirebon

DIMENSI	INDIKATOR	YA	TIDAK
<i>Strength of Brand</i>	Apakah anda merasa percaya diri	60%	40%

<i>Association</i>	menggunakan produk sepatu merek Converse?		
<i>Favorable of Brand Association</i>	Apakah anda merasakan menarik saat menggunakan sepatu converse?	80%	20%
<i>Uniqueness of Brand Association</i>	Apakah anda mengetahui sepatu converse banyak pilihan?	30%	70%

Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Loyalitas Konsumen Terhadap Sepatu Merek Converse di Kota Cirebon

DIMENSI	INDIKATOR	YA	TIDAK
<i>Makes regular repeat purchases</i>	Apakah anda akan melakukan pembelian kembali produk sepatu Converse?	78%	22%
<i>Purchases across product and service lines</i>	Apakah anda membeli sepatu converse karena pelayanan yang baik?	73%	27%
<i>Refers other</i>	Apakah anda akan merekomendasikan sepatu converse kepada konsumen lain?	25%	75%
<i>Demonstrates an immunity to the full of the competition</i>	Apakah anda merasa puas dengan kualitas sepatu converse?	85%	15%

Sumber: Hasil Olah Data Penulis, 2022

Berdasarkan hasil pra-survei tabel 1.3 menunjukkan bahwa variabel loyalitas pada dimensi *refers other* menunjukkan bahwa konsumen memilih tidak setuju dengan persentase sebesar 75%, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak tertarik untuk merekomendasikan sepatu converse kepada konsumen lain. Konsumen merasa sepatu merek converse belum memiliki keunggulan dibanding merek sepatu lainnya yang berada di Kota Cirebon.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya terdapat *gap* pada hasil penelitian. Penelitian oleh Auliannisa Gifani, Widhia Andrian, Brian Putra Bagaskara (2021) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas

Konsumen iPhone” hasil penelitian tersebut menunjukkan Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadilla Noor (2014) mengenai pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan pemaparan fenomena yang ada maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen sepatu merek converse. Untuk itu dipilih judul penelitian “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Cirebon”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana citra merek produk sepatu converse?
- b. Bagaimana loyalitas konsumen sepatu converse?
- c. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen sepatu converse di kota Cirebon?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji:

- a. Mengetahui citra merek sepatu converse di Kota Cirebon.
- b. Mengetahui loyalitas konsumen sepatu converse yang berada di kota Cirebon.
- c. Mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen produk sepatu merek sepatu converse di Kota Cirebon

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat baik kegunaan secara teoritis yang akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

- 1) Penelitian ini berbagi ilmu agar bisa menambah referensi yang dikaji agar dapat memecahkan masalah dalam kasus yang berkaitan oleh ini.

b. Aspek Praktis

- 1) Secara praktis dapat memberikan kesempatan pada penulis untuk penelitian yang bisa di aplikasikan selama proses pendidikan.
- 2) Bagi Converse penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman mengenai pengaruh Citra Merek dalam Loyalitas Konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Judul pada penelitian ini adalah “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Cirebon. Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran umum yang jelas tentang penelitian yang dilakukan oleh penulis . berikut sistematika yang di susun oleh penulis :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum penelitian, latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ini metode penelitian berisi tentang tahapan pengumpulan data dan analisi data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini hasil tentang pembahsan data-data yang diperoleh berdasarkan implementasi bab sebelumnya. Hasil ini akan dianalisis agar mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan yang akan menjadikan kesimpulan dari hasil olah data yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, dan juga memberikan saran yang bisa di implementasikan bagi perusahaan.