

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A Latar Belakang Masalah

Dunia usaha akhir-akhir ini sangat berkembang dengan pesat, karena banyaknya bermunculan ide-ide kreatif dan inovatif di lingkungan kita. Seiring dengan tumbuhnya ide-ide baru maka persaingan usaha semakin tajam, terutama persaingan dari usaha yang menghasilkan produk-produk yang sejenis. Dalam hal ini, pelaku usaha bisnis harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dalam masalah Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) untuk memperoleh Loyalitas para Pelanggan .

Sepatu merupakan salah satu produk dari item dalam fashion yang selalu di perhatikan orang, letaknya memang di bagian paling bawah tubuh, tetapi tidak berarti luput dari perhatian. Tanpa sepatu ataupun sandal manusia tidak akan bisa berjalan dengan nyaman dikarenakan berpijak di permukaan jalan yang tidak rata, serta banyaknya kotoran dan bakteri yang terdapat di permukaan jalan tersebut dapat menginfeksi jika terdapat luka, maka dari itu sepatu sangat berperan sangat penting bagi kehidupan manusia.

*Vans* adalah produsen sepatu, pakaian, dan aksesoris untuk olahraga *Skateboard*, *Snowboard*, *BMX*, dan selancar. Pada 16 Maret 1966, *Paul Van*

*Doren* dan tiga orang temannya membuat perusahaan baru bernama *Van Doren Rubber Co* (sekarang dikenal *Vans*).

Pada awalnya, *Paul Van Doren* bekerja di pabrik sepatu bermerek *Randy's* sebagai buruh pembuat sepatu dan penyapu lantai, setelah 20 tahun bekerja disana, ia sudah beberapa kali naik jabatan karena ketekunannya. Sampai akhirnya, Paul manjabat sebagai *Vice President Randy's*, akhirnya ia memutuskan untuk keluar dari perusahaan sepatu tersebut dan pindah ke *Southern California*. Disana Paul dan temannya mendirikan perusahaan sepatu baru pada 1966 (merupakan cikal bakal *Vans*).

Di Indonesia, khususnya di Kota Jakarta, sepatu *Vans* tidak hanya di pakai oleh para skater, tetapi oleh personil band dan *sneaker freak* (orang yang hobi mengoleksi sepatu).

Sepatu dengan Citra Merek ini termasuk barang langka di Indonesia karena tidak memiliki toko resmi. Namun ada beberapa toko yang menjual produk *Vans* mulai dari sepatu, pakaian, dan aksesoris dengan harga yang lebih mahal karena didatangkan langsung dari luar negeri.

Dari awal kemunculannya sampai sekarang, *Vans* tidak pernah ketinggalan *trend*. Walaupun modelnya selalu klasik dan tidak berubah, *Vans* menjadi barang yang selalu di buru karena model sepatu klasik adalah daya tarik sepatu ini.

*VarianShoes* adalah pelopor toko yang menyediakan sepatu casual dan olah raga dengan berbagai Merek terkenal seperti: *Vans*, *Converse*,

*Adidas, New Balance, Nike*, dan merek sepatu lainnya. Seiring berkembangnya dunia fashion, sepatu casual dan olah raga banyak di gandrungi kalangan muda sebagai pelengkap dalam berbusana sehari-hari. Model dan warna sepatu-sepatu tersebut beraneka ragam dan terlihat sangat menarik. Banyaknya pilihan produk yang ditawarkan Varianshoes menuntut pelanggan bersikap kritis dalam memilih produk yang diinginkan.

Memahami pelanggan adalah suatu keharusan yang mutlak dilakukan oleh pelaku usaha karena setiap orang memiliki kebutuhan, keinginan, kemampuan, dan selera yang berbeda. Maka produk yang ditawarkan juga harus sesuai dengan kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) pelanggan demi tercapainya Loyalitas Pelanggan dan kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Maka dari itu, segala sesuatu yang berkaitan dengan pelanggan harus diperhatikan. Salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan yaitu berkaitan dengan Loyalitas Pelanggan. Terciptanya Loyalitas Pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang akan menguntungkan bagi perusahaan.

Perusahaan biasanya melakukan berbagai cara untuk memenuhi Loyalitas Pelanggan. Salah satunya adalah mempelajari dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Diantaranya ada

beberapa pelanggan beranggapan bahwa merek yang paling unggul akan menduduki posisi pertama dalam benak mereka, karena Citra Merek (*Brand Image*) dari produk tersebut dapat menaikkan gengsi antar pergaulan beberapa pelanggan,

Dalam menangani masalah kesenjangan antara persaingan Citra Merek (*Brand Image*) banyak pelaku usaha yang menjiplak atau meniru produk, bahkan meniru merek produk pesaingnya demi mendapatkan Loyalitas Pelanggan dan mendapatkan keuntungan tanpa memperhatikan kualitas dari produk tersebut.

Kualitas produk yang jelek tidak akan memuaskan pelanggan sehingga tidak terciptanya Loyalitas Pelanggan pada perusahaan tersebut. Walaupun dengan merek yang bagus dan yang banyak diminati oleh masyarakat, tetap saja kualitas produk tersebut akan berbeda dengan produk asli (*orisini*).

Maka dari itu, Loyalitas Pelanggan terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain keyakinan terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap referensi, serta pengalaman masa lalu pelanggan. Dalam menentukan tingkat Loyalitas Pelanggan terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*).

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian : **Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) Sepatu Vans Terhadap Loyalitas Pelanggan VarianShoes Depok.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari hasil pengamatan sejak diadakannya studi pendahuluan dilapangan, penulis melihat adanya permasalahan yang tampak yakni

1. Persaingan usaha semakin tajam
2. Banyak sepatu tiruan berkualitas rendah seperti Lem kurang kuat
3. Desain sepatu monoton atau tidak menarik
4. Harga sepatu yang mahal

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi penelitian maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini terfokus pada : Kualitas Produk dan Citra merek (*Brand Image*) Sepatu Vans Terhadap Loyalitas Pelanggan pada VarianShoes, Alamat : Jalan Mohammad Ridwan Rais, No.8 Beji Pladen, Depok.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian pada :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan VarianShoes ?
2. Bagaimana Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Pelanggan VarianShoes ?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Pelanggan VarianShoes ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap indikator Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Citra merek (*Brand Image*) ( $X_2$ ) dan variabel Loyalitas Pelanggan sebagai variabel ( $Y$ ). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan VarianShoes ?
2. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Pelanggan VarianShoes ?
3. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Pelanggan VarianShoes ?
4. Bagi akademis, dapat memberikan pengetahuan sehingga dapat berguna dimasa yang akan datang.

5. Ingin mendapatkan gambaran secara objektif dan empiric tentang hubungan atau Pengaruh antara Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) sebagai variabel (X) dengan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel (Y).

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini penulis berharap kiranya dapat menjadikan kontribusi positif untuk peningkatan wawasan keilmuan dan bermanfaat bagi siapa pun yang membutuhkan informasi ini, tentunya :

1. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Respati Indonesia.
2. Bagi VarianShoes, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau masukan untuk Mencari Loyalitas Pelanggan di masa yang akan datang khususnya yang berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Bagi kampus Universitas Respati Indonesia dapat dijadikan bahan referensi dan bacaan yang bermanfaat bagi kalangan akademisi.