

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Munculnya persaingan yang semakin ketat, membuat perusahaan harus dapat berkembang dan bertahan hidup. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, dengan terus menggarap konsumen potensial baru agar jangan sampai konsumen meninggalkan perusahaan. Salah satu persaingan bisnis usaha yang pesat yaitu kaos atau baju atasan, yang membuat para produsen bersaing untuk mempertahankan produknya dengan merek yang beragam.

Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pemasar bersaing dalam menawarkan produknya dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual oleh perusahaan tersebut. Misalnya dengan Model dan variasi motif yang bermacam-macam dan selalu berganti-ganti.

Disisi lain pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Begitu banyak pilihan model pakaian yang tersedia saat ini menyebabkan manusia dapat berpakaian sesuai dengan gaya hidup mereka.

Kreativitas dari sebuah produk menjadi salah satu penentu bagi seorang konsumen untuk menentukan minat beli konsumen tinggi atau tidak dan membuat konsumen akan membeli suatu produk. Menurut James R. Evans : Kreativitas adalah keterampilan untuk menentukan pertalian baru, melihat subjek perspektif baru, dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran.

Dalam hal kaos Nevada konsumen biasanya memilih berdasarkan motif, model dan juga keunikan dari produk tersebut. Selain itu kreativitas dalam segi inovasi motif dan gaya atau tren baju menjadi strategi bagi perusahaan untuk menambah omset penjualan sehingga konsumen tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Kemampuan akan hal selalu memperbarui model atau motif menjadi nilai tambah bagi suatu *brand* atau merek supaya menambah nilai positif di benak masarakat atau konsumen.

Merek sudah menjadi faktor penentu unggulnya produk dibidang industry bisnis. Konsumen dalam mengambil keputusan produk mana yang akan

dibeli melihat dari merek apa yang digunakan serta manfaat apa yang didapatkan oleh produk tersebut.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) *Brand Image* atau “Citra merek adalah sekumpulan asosiasi mengenai suatu merek yang tersimpan dalam benak atau ingatan konsumen”.

Sekarang ini banyak sekali konsumen yang selektif dalam membeli suatu produk, hal ini disebabkan karena banyaknya merek pesaing dipasaran dalam kategori produk yang sama. Misalnya merek Connexion dan Phenomenal yang sama-sama dijual di Matahari *Departement Store*. Merek suatu produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada keputusan pembelian untuk memilih produk yang akan digunakan. Merek Nevada sudah umum di kalangan masyarakat sehingga dapat tertanam di benak masyarakat walaupun dengan hanya melihat tulisan pada kaos/ baju.

Minat Beli Menurut Mujiono (2009 : 54) dalam Suradi (2012) Minat beli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan (afektif) dan pikiran (kognitif) terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan. Merek Nevada selalu identik dan hanya ada di Matahari karena merek tersebut sejatinya adalah merek yang dimiliki oleh *departement store* Matahari. Merek ini memasok berbagai jenis barang retail untuk Matahari seperti baju, jaket, sepatu, bahkan parfum ke toko tersebut. Dengan adanya merek tersebut, maka Matahari seperti mempunyai produk eksklusif yang tidak dimiliki oleh toko *Departement Store* yang lainnya.

Berdasarkan hasil *survey* di *booth* Nevada banyak konsumen yang berpendapat bahwa kaos Nevada banyak sekali peminatnya, ada yang tertarik berdasarkan kreativitas produknya yang bermacam-macam seperti tulisan di kaos yang bermotif macam-macam, lalu ada yang berdasarkan model baju yang dibutuhkan konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli dengan produk yang diinginkan dan berdasarkan brand yang diinginkan tersebut yaitu Nevada. Berdasarkan pada penjelasan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“PENGARUH KREATIVITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KAOS NEVADA” (STUDY KASUS DI MATAHARI *DEPARTEMENT STORE* ROYAL PLAZA SURABAYA).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah yang bisa dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kreativitas produk terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal Plaza Surabaya?
2. Seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal Plaza Surabaya?
3. Seberapa besar pengaruh kreativitas produk dan *brand image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal Plaza Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Keinginan untuk mengetahui Pengaruh Kreativitas Produk dan *Brand Image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal plaza Surabaya maka sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreativitas produk terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal plaza Surabaya
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal plaza Surabaya
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreativitas produk dan *brand image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal Plaza Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Bagi kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, memperkaya dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk pengembangan mengenai Pengaruh Kreativitas produk dan *Brand Image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal plaza Surabaya.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi perusahaan / Manajemen**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pihak manajemen perusahaan mengambil kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan Kreativitas produk dan *Brand Image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store* Royal plaza Surabaya.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Untuk memberikan gambaran yang singkat mengenai pembahasan penelitian, maka penelitian ini dibagi menjadi 5 bab. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

## **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan.

## **BAB 2 :KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka berpikir, definisi konsep dan operasional serta hipotesis dalam penelitian ini.

## **BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan kerangka berpikir penyelesaian riset, teknik pengumpulan data yang digunakan, teknik analisis data, tempat penelitian, dan jadwal penelitian.

## **BAB 4 : PENYAJIAN DATA, ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang usaha yang menjadi objek penelitian, penyajian data penelitian, pengolahan terhadap data yang terkumpul, dan hasil penelitian yang dicapai.

## **BAB 5 : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan rekomendasi sebagai pemecahan masalah.