

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini, ditandai dengan adanya para bisnis yang muncul untuk bersaing. Perkembangan yang cukup baik dalam persaingan yang terlihat terjadi pada Industri garment . Industri garment adalah salah satu usaha yang menjanjikan, dalam industri garment pastinya ada kaitannya dengan produk apa yang dibuat sehingga konsumen dapat mengetahuinya. Berkaitan pada produk yang terkait pastinya dalam memasarkan kepada konsumen pastinya terkait pula pada merek yang dibuat oleh setiap perusahaan

Nama atau merek menjadi sama mahalannya dengan komoditas yang diletaknya. Jika merek tersebut telah melekat dalam benak konsumen, maka merek tersebut akan terkenal dan menjadi unggulan. Dalam pemasaran merek sama sulitnya dengan membesarkan perusahaan tersebut. Untuk tahun – tahun mendatang merek akan menjadi nafas bagi sebuah perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi pasti ada kaitanya pula pada faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek. Disini dapat dilihat faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek akan memberikan dampak penilaian pada benak konsumen.

Terkait Faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek menurut fandy tjiptono dapat dijelaskan bahwa terdiri dari beberapa faktor-faktor diantaranya¹ :

- a. Faktor desain, dimana desain menjadikan tolak ukur yang harus diperhatikan seteliti mungkin karena dapat menjadikan konsumen memberikan respon yang positif pada produk yang dibuat.
- b. Faktor kualitas, dimana kualitas hal yang utama dari suatu merek, jika merek itu memberikan nilai kualitas yang baik pastilah konsumen akan terus menggunakan produk dari suatu perusahaan yang kita buat.
- c. Faktor Harga, menjadikan hal utama yang dipikirkan konsumen untuk membeli produk atau menentukan produk merek apa yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam harga, akan menjadikan hal yang terkait dalam faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek suatu perusahaan
- d. Faktor Promosi, menjadikan faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi citra merek suatu perusahaan, jika promosi yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik, pengenalan merek tersaebut dapat berjalan baik pula dan lebih banyak

¹ Fandy Tjiptono, Ph. D, *Manajemen dan Strategi Merek*, (Yogyakarta: ANDI Offset, 2011),P105

mendapatkan respon positif dari konsumen yang menggunakan produk yang dimilikinya.

Melihat yang terjadi industry garment SHE NN, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang textile pakaian. Pada garment SHE NN melakukan pemberian merek pada produknya , produk spesifik memungkinkan konsumen menggunakan merek sebagai pedoman untuk memilih produk seperti apa yang mereka gunakan. Dalam hal ini faktor – faktor yang mempengaruhi citra merek garment SHE NN terkait pula pada faktor desain, kualitas, harga, dan promosi.² Dijelaskan lebih mendalam masalah yang terjadi pada garment SHE NN dalam membahas faktor- faktor apa saja yang dapat mempengaruhi citra merek, terjadi pada faktor harga dan promosi masih kurang baik disebut faktor yang mempengaruhi citra merek garment SHE NN, Karena terlihat dalam hal ini masih banyak yang harus diperbaiki dalam melaksanakannya agar bisa berjalan baik.

Pada faktor harga memang harga yang diberikan sangat tinggi, karena melihat pada kualitas yang ada, garment SHE NN memberikan kualitas pakaian yang terbaik maka dari itu pada harga bisa dikatakan tinggi. Sedangkan pada faktor promosi, saat ini permasalahan yang terjadi di garment SHE NN, memang masih banyak kekurangannya. Masalah tersebut dapat dikaitkan juga pada teori yang ada sehingga

² *Wawancara dengan owner Garment SHE NN*

bila diteliti dengan baik akan memberikan manfaat yang baik untuk perusahaan

Bila dilihat dari permasalahan yang ada garment SHE NN berusaha memberikan yang terbaik agar merek yang mereka buat agar dapat berjalan dengan baik pula. Faktor yang mempengaruhi citra merek akan memberikan nilai positif untuk perusahaan karena akan memberikan manfaat yang banyak pula untuk perusahaan

Bertitik tolak dengan pemikiran diatas , maka penulis mencoba untuk membuat karya ilmiah yang berjudul “ **Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek garment She NN**”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah, maka perumusan masalah penulisan karya ilmiah adalah, apa sajakah faktor yang mempengaruhi citra merek garment She NN?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek garment She NN?

2. Manfaat

Penulisan Karya ilmiah ini memiliki manfaat bagi para pihak yang berkepentingan, antara lain :

a. Bagi penulis

Menambah wawasan penulis tentang citra merek itu sendiri, terutama mengetahui bagaimana faktor apa saja yang terjadi dalam mempengaruhi citra merek pada setiap perusahaan. Selain itu, mengetahui bagaimana perbedaan yang terjadi dalam perkuliahan dan yang terjadi dalam dunia bisnis dalam kenyataannya.

b. Bagi perusahaan

Mengetahui kondisi yang sesungguhnya terjadi pada perusahaan yang berjalan ini. Apakah faktor yang terjadi dapat mempengaruhi citra merek perusahaannya. Sehingga citra merek dapat berkembang dan berjalan dengan pesaing lainnya.

c. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas Negeri Jakarta yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang citra merek selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi dalam citra merek itu sendiri dan sebagai tambahan referensi di perpustakaan serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan

d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi yang berguna bagi penulis lain yang memiliki topik yang sama dengan penulis.