

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Gitar akustik adalah jenis gitar di mana suara yang dihasilkan berasal dari getaran senar gitar yang dialirkan melalui sadel dan jembatan tempat pengikat senar ke dalam ruang suara yang dimainkan dengan cara di petik ataupun di *strumming* (Hirzan 2020). Kualitas dari bunyi gitar di pengaruhi oleh bahan yang digunakan. Bahan yang digunakan ialah kayu, kayu dipilih sebagai bahan dasar pembuatan gitar seperti *mahogany*, *maple*, *rosewood* dll, yang harus di cermati adalah pemilihan jenis kayu yang baik untuk menghasilkan bunyi yang menarik. Setiap kayu yang dipakai mempunyai karakteristik *sound* yang berbeda-beda. Indonesia mempunyai keanekaragaman jenis kayu karena mempunyai kawasan hutan yang amat luas. Potensi jenis kayu yang berada di Indonesia sangat besar untuk dijadikan bahan dasar dalam pembuatan gitar (Uju Junaidi 2019). Gitar Cowboy adalah salah satu brand gitar dari Indonesia, yang mana gitar ini termasuk baru di luncurkan dan tersedia di Rumah Gitar. Cowboy mempunyai 2 jenis yaitu ukulele dan elektrik akustik. Dengan nama yang terdengar asing dan baru di telinga para musisi. Gitar Cowboy ingin menembus pasar di Indonesia bersaing dengan merk merk lain dan berinovasi pada *sound* yang dimiliki (Junaidi 2021)

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan inovasi, gitar kini mengikuti perkembangan teknologi yang sangat bagus, yang mana menggunakan sistem rangkaian elektronik dan digital. Gitar Cowboy menggunakan amplifier untuk menghasilkan bunyi yang di mainkan oleh pemainnya. Meskipun gitar Cowboy sudah mengenakan beberapa teknologi canggih dalam penggunaannya saat ini, bahan dasar kayu dari gitar ini juga tetap berpengaruh besar terhadap kualitas bunyi yang di hasilkan (Junaidi 2021)

Ditengah persaingan yang sangat ketat saat ini, produsen produk gitar

Cowboy berlomba-lomba untuk menawarkan produk dengan kelebihan masing-masing pada konsumen. Perusahaan-perusahaan dengan bahan kayu yang serupa berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk memperoleh pangsa pasar (*Market share*) yang sebesar-besarnya sehingga dengan hal ini suatu produk diharapkan dapat menjadi *leader* pasar diantaranya produk-produk pesaing lainnya (Manto 2020).

Setiap perusahaan akan selalu berusaha dengan semaksimal mungkin mempertahankan dan menjaga keunggulan dari brand image produk mereka. Hal ini penting karena perusahaan menyadari konsumen sering mengasumsikan *brand image* yang baik dengan kualitas produk itu sendiri. Brand image sebagai sebuah upaya pengelolaan suatu merek agar mendapat kesan mendalam dan positif dimata konsumen (Supranto 2020). Dengan demikian, asumsi tersebut tentunya akan menjadi pengaruh positif yang ditimbulkan oleh *brand image* produk mereka. Cowboy gitar termasuk baru dan belum banyak orang mengetahui merek itu. Rumah gitar yang menjual gitar cowboy berusaha menempelkan dan memberikan kebutuhan gitar dengan cara memberikan inovasi yang berbeda dengan brand yang lain seperti bentuk body, *sound*, jenis kayu dll (Junaidi 2021). ketika image gitar cowboy berhasil dibentuk, image tersebut akan menjadi salah satu aset yang berharga bagi brand. Image tersebut yang akan membentuk loyalitas konsumen sehingga bisnis semakin besar dan berkembang.

Tuntutan permintaan sebuah gitar yang semakin berkualitas dan inovatif membuat perusahaan yang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk demi mempertahankan *brand image* (citra merk) produk yang mereka miliki. Berbagai cara dilakukan perusahaan untuk mempertahankan *brand image* yang dimilikinya diantaranya inovasi *sound* (suara) keunggulan yang dimiliki produk tersebut.

Priansa (2019:116) Menurut Rofiq menyatakan bahwa kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Salah satu

kepercayaan untuk memperkenalkan produk yang di keluarkan kepada khalayak umum ialah melalui kemampuan, artinya kemampuan perusahaan memproduksi produk sesuai kebutuhan pelanggan. Kemampuan merupakan salah satu faktor yang membentuk suatu kepercayaan konsumen dalam suatu produk. Kepercayaan konsumen pada gitar cowboy belum banyak dan masih ragu ragu dikarenakan gitar cowboy baru di buat dan di perkenalkan, terlihat ketika karyawan rumah gitar menjelaskan mengenai cowboy gitar (Junaidi 2021). Cara agar gitar cowboy di percaya oleh pelanggan yaitu perhatikan barang yang dijual artinya keunggulan gitar tersebut seperti apa dan berikan kepada pelanggan agar mencobanya. Dengan kata lain, semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam membuat gitar maka semakin tinggi pula loyalitas yang terjadi.

Faktor lain yang dapat berdampak pada loyalitas konsumen adalah harga. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Selain itu harga adalah salah satu factor penting bagi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak (Suryono 2018). Kebijakan penetapan harga suatu produk dan jasa selalu merupakan masalah bagi setiap perusahaan dikarenakan harga disetiap waktunya dapat mengalami perubahan, factor ini sanagat berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Harga gitar cowboy yang dijual rumah gitar sangat bervariasi. Yang membedakan harga gitar cowboy adalah type, Preamp yang terdiri dari tuner, middle, treble, equalizer dan bass dan akustik atau elektrik. Harga cowboy bervariasi memudahkan orang untuk memilih dari harga yang cenderung murah sampai cenderung tinggi. Oleh sebab itu, harga gitar cowboy harus disertai dengan loyalitas pelanggan dengan penetapan harga yang sesuai pada kondisi pasar. Dalam konteks bisnis, loyalitas terjadi ketika pembelian ulang, pembelian ulang dapat memupuk adanya loyalitas pelanggan karena adanya perilaku dalam membeli produk atau jasa yang sama kembali atau secara berulang, (Srivastava, 2019).

Dari situ saya ingin meneliti mengenai *brand image*. Karena ingin mengetahui bagaimana pandangan pelanggan tentang gitar cowboy. Pandangan

yang positif terhadap gitar ini akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Suatu merek berada pada posisi yang unik untuk memperoleh aspek-aspek, seperti kepuasan material dan mengalami pemenuhan emosional karena mereka dapat memanfaatkan dorongan-dorongan aspirasional yang mendasari motivasi manusia (Tjiptono, 2019).

Dengan banyaknya brand brand gitar yang beredar tentu kepercayaan menjadi tolak ukur apakah pelanggan akan loyal atau tidak. Karena Kepercayaan diri merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting bagi kehidupan manusia. Sikap yang ditunjukkan oleh pelanggan saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Karena keyakinan merupakan suatu sikap, maka keyakinan seseorang tidak selalu benar atau keyakinan semata bukanlah jaminan kebenaran (Juni 2020).

Pelanggan tentu akan membandingkan harga gitar cowboy dengan gitar yang lain yang berada di rumah gitar sesuai dengan kualitas serta hardware yang dipakai. Dalam menentukan harga, setiap pengusaha memiliki strategi yang berbeda-beda. Namun setiap strategi yang mereka jalankan masih memiliki tujuan yang sama. Harga yang mahal pasti akan membuat pelanggan beralih ke brand lain atau harga yang murah akan membuat pelanggan berfikir mengenai kualitas dari gitar tersebut. Tentu Untuk menjaga loyalitas konsumennya, penjual atau produsen harus menentukan harga sesuai pangsa pasarnya.

Saat ini rumah gitar menjual berbagai macam jenis gitar mulai dari akustik hingga elektrik Rumah gitar tentu masih dalam proses dan upaya peningkatan dan belum mencapai tingkat maju (Junaidi 2021). Toko gitar yang seperti ini cenderung akan terus meningkatkan loyalitas perusahaan dengan cara memperkenalkan brand gitar yang tersedia salah satunya cowboy. banyaknya merk gitar yang dijual membuat mereka ekstra menempelkan image, kepercayaan serta harga pada cowboy gitar.

Permasalahan yang ada ialah di tengah penjualan gitar cowboy, disana banyak menjual berbagai macam merk gitar. Dan mulai bermunculan *brand brand* baru seperti Helder gitar yang berasal dari Indonesia. Ditengah persaingannya

gitar cowboy muncul untuk memenuhi kebutuhan para musisi dan siap bersaing di pasaran. Rumah gitar pun selalu mempromosikan gitar ini di berbagai platform media social yang dimilikinya.

Kedepannya rumah gitar harus lebih memberikan *value* atau nilai dalam pemasaran berarti kualitas dan kenyamanan. Yang berarti semakin tinggi kualitas dan kenyamanan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap gitar cowboy. Tanpa pemasaran pelanggan akan sendirinya datang dan menanyakan cowboy gitar. Brand ini harus bisa memikat dan memberikan kebutuhan secara *sound* kepada pelanggan.

Solusi solusi yang akan diberikan terkait paragraph diatas ialah memberikan product knowledge kepada karyawan tentang gitar cowboy. Dengan pengetahuan yang diberikan mereka akan mudah memperkenalkan dan menyebarkan tentang cowboy gitar. Selanjutnya mendatangi tempat tempat yang berhubungan dengan music, perkenalkan gitar cowboy kepada masyarakat terutama musisi.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “Hubungan *Brand image*, Kepercayaan dan Harga dengan Loyalitas Pelanggan gitar merk Cowboy (Studi kasus pada konsumen Rumah Gitar, Tangerang)”.

## **1.2 Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat hubungan brand image dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy (Studi pada konsumen rumah gitar, Tangerang)?
2. Apakah terdapat hubungan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy (Studi kasus pada konsumen rumah gitar, Tangerang)?
3. Apakah terdapat hubungan harga dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy (Studi kasus pada konsumen rumah gitar, Tangerang)?
4. Variabel mana yang paling dominan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy (Studi kasus pada konsumen rumah gitar,

Tangerang)?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian disesuaikan dengan masalah pokok penelitian, yaitu:

1. Mengetahui seberapa kuat hubungan *brand image* dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy.
2. Mengetahui seberapa kuat hubungan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy.
3. Mengetahui seberapa kuat hubungan harga dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy.
4. Mengetahui seberapa kuat variabel yang paling dominan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik untuk mengetahui penerapan-penerapan teori yang penulis peroleh selama kuliah kedalam praktek yang terjadi sesungguhnya. Penelitian ini juga untuk menambah wawasan dalam menganalisis suatu masalah sehingga dapat membandingkan ilmu yang diperoleh dengan keadaan di masyarakat.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan serta informasi dan pertimbangan perusahaan khususnya mengenai Hubungan *Brand image*, Kepercayaan harga dengan loyalitas pelanggan gitar merk Cowboy.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat memberikan referensi serta menambah wawasan akademisi dalam penelitian yang akan datang.