

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan perekonomian pada saat ini telah membuat perkembangan *fashion* di dunia bertumbuh dengan sangat pesat baik *fashion* di dunia wanita maupun pria. Saat ini banyak orang yang sangat peduli akan penampilan *fashion* baik dari atas kepala hingga kaki dan banyak juga merek – merek yang menawarkan produk yang bersaing, promosi yang menarik untuk menarik konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan dan mendapatkan kesetiaan dari konsumen.

Fashion merupakan hal penting dimasa – masa sekarang dimana masyarakat *modern* sekarang semakin memperhatikan penampilan dan *fashion* Andriani (2016). Produk *fashion* pun sekarang semakin banyak, salah satunya adalah jam tangan dimana di jaman sekarang masyarakat juga menggunakan jam tangan sebagai penunjuk waktu dan juga bisa memperlihatkan status sosialnya dengan berbagai model jam tangan. emas atau bahan material terbaik dapat digunakan untuk membuat penampilan yang mewah terhadap orang – orang yang memakainya, berbagai model yang unik pun dapat dipilih sesuai dengan penunjang penampilan dengan model yang unik dan terkini. Selain sebagai penunjuk waktu jam tangan juga bisa digunakan sebagai *fashion* yang bisa disesuaikan dengan acara seperti pakaian untuk berbagai acara dan alasan tertentu yang dapat menunjang penampilan seseorang.

Mode jam tangan yang digunakan sebagai aksesoris serta bagian dari gaya hidup masyarakat Sukmana (2017). Meskipun di jaman sekarang setiap orang mempunyai *smartphone* yang dilengkapi juga dengan jam di dalamnya, namun disaat – saat dimana kita tidak dapat menggunakan *smartphone* misalnya saat sedang berkendara ataupun sedang berjalan dimana tidak di sarankan untuk menggunakannya maka disaat itu pun kita menggunakan jam tangan sebagai alat mengukur waktu yang pasti. Banyak juga mode jam tangan yang menarik penampilannya dan juga dapat digunakan oleh pria maupun wanita Siregar (2015). Perpaduan penggunaan jam tangan pun dapat disesuaikan dengan berbagai pilihan misalnya jam tangan *sport*, *drees watch*, jam tangan tali kulit dimana penggunaannya pun dapat disesuaikan dengan acara maupun suasana penggunaan busana kita saat keluar dengan begitu kita pun dapat membuat kharisma yang lebih baik karena penggunaan jam tangan.

Tabel 1.1 Jumlah Top Brand Index.

Merek Jam Tangan	Top Brand Index (TBI)				
	2015	2016	2017	2018	2019
G – Shock	14.4%	15.7%	19.6%	21.07%	27.7%
Casio	11.9%	14.0%	11.9%	13.10%	6.5%
Fossil	10.1%	11.0%	10.1%	12.53%	7.5%
Daniel Wellington	9.7%	9.9%	8.0%	10.69%	23.0%
Alexander Cristie	9.4%	5.5%	7.0%	7.22%	6.1%

Sumber: TBI (2020).

Berbagai merek ternama pun saat ini dapat menjadi pilihan dan juga mempunya berbagai model menarik yang ditawarkan saat ini sehingga kita dapat memilih untuk membeli jam tangan sesuai dengan yang kita sukai Angel (2019).

Mau di lihat dari model yang mewah sampai *sporty* sekarang kita tinggal memilih

karena rata – rata semua merek sudah menawarkan berbagai model dimana untuk memudahkan kita untuk dapat menggunakan merek tersebut tanpa kita memilih merek lainnya karena di jaman sekarang banyak perusahaan menyesuaikan terhadap lingkungan didunia dimana kita memakai jam tangan sebagai aksesoris dan juga sebagai penambah tingkat kepercayaan diri seseorang agar tampil elegan dan semakin berkelas tampilannya Jaka (2019). Merek yang kuat menawarkan nilai – nilai tidak berwujud yang sulit ditiru oleh pesaing. Dengan demikian merek pada sebuah produk *fashion* pun dapat memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan yang dapat mendorong terhadap loyalitas pada konsumen terhadap produk tersebut. Dalam konteks *fashion*, strategi *branding* perusahaan telah menjadi praktik bisnis yang digunakan untuk meningkatkan reputasi perusahaan, membangun loyalitas pelanggan dan menetapkan harga pada perusahaan. Hair et al., (2014).

Tabel 1.2 Jenis Merek Jam Tangan.

No	Merek Jam Tangan
1	Casio
2	Alexandre Cristie
3	Fosil
4	Casio G-Sock
5	Daniel Wellington
6	Seiko
7	Alba
8	Expedition
9	Timex
10	Tissot
11	Aigner

Sumber: Angel (2019).

Memiliki jam tangan dari jaman yang berbeda adalah sebuah kenangan akan orang yang memiliki banyak sejarah didalamnya, dapat juga sebagai warisan dari keluarga ataupun orang yang kita sayangi, selain itu kita juga dapat menyampaikan nilai – nilai yang berharga buat kita dan juga untuk mengingat kan sejarah yang telah terukir di dalam jam tangan tersebut.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di klasifikasi di untuk masalah yang akan dibincangkan ialah:

- a. Apakah inovasi mode mempunyai pengaruh kepada asosiasi kognitif yang berbasis kepada citra merek terhadap loyalitas konsumen dalam penggunaan jam tangan?
- b. Apakah inovasi mode mempunyai pengaruh kepada asosiasi sensor yang berbasis kepada citra merek terhadap loyalitas konsumen dalam penggunaan jam tangan?
- c. Apakah inovasi mode mempunyai pengaruh kepada asosiasi afektif yang berbasis kepada citra merek terhadap loyalitas konsumen dalam penggunaan jam tangan?
- d. Apakah asosiasi kognitif berpengaruh signifikan terhadap *lovemarks*?
- e. Apakah asosiasi sensor berpengaruh signifikan terhadap *lovemarks*?
- f. Apakah asosiasi afektif berpengaruh signifikan terhadap *lovemarks*?
- g. Apakah *lovemarks* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, adalah:

- a. Mengetahui adanya pengaruh positif inovasi mode pada asosiasi kognitif yang berbasis pada citra merek terhadap loyalitas merek pada penggunaan jam tangan.
- b. Mengetahui adanya pengaruh positif inovasi mode pada asosiasi sensor yang berbasis pada citra merek terhadap loyalitas merek pada penggunaan jam tangan.
- c. Mengetahui adanya pengaruh positif inovasi mode pada asosiasi afektif yang berbasis pada citra merek terhadap loyalitas merek pada penggunaan jam tangan.
- d. Mengetahui adanya pengaruh positif yang signifikan asosiasi kognitif kepada *lovemarks*.
- e. Mengetahui adanya pengaruh positif yang signifikan asosiasi sensor kepada *lovemarks*.
- f. Mengetahui adanya pengaruh positif yang signifikan asosiasi afektif kepada *lovemarks*.
- g. Mengetahui adanya pengaruh positif yang signifikan *lovemarks* kepada loyalitas merek.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat bagi akademisi diharapkan hasil penelitian ini dapat diambil manfaat berkaitan dengan sumber referensi dalam melakukan penelitian terhadap inovasi mode pada pemilihan merek jam tangan.

2. Manfaat bagi perusahaan
Dapat mengetahui loyalitas dari pada konsumen yang akan membeli produk jam tangan dari inovasi mode yang berbasis kepada citra merek yang akan dapat mempermudah untuk mengukur kesenangan dari pada konsumen.

1.5 Sistem pembahasan

Adanya sistem ini yaitu untuk mempermudah mempelajari mengenai garis besar mengenai isi, pembahasan setiap bagian, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Di dalam bab pertama kita membahas tentang latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: RUMUSAN MASALAH

Di dalam bab kedua ini akan diuraikan tentang teori dan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya sebagai landasan dalam penelitian ini serta membuat rumusan tentang hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Di dalam bab ketiga ini akan diuraikan tentang sampel yang digunakan, pengujian hipotesis, serta akan dijelaskan mengenai metode pendekatan apa yang akan digunakan di dalam membuat penelitian ini.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ke empat ini berisikan analisis tentang pengumpulan data yang telah diolah menggunakan metode penyebaran kuesioner dan menganalisis data

BAB V: KESIMPULAN, KETERBATASANDAN REKOMENDASI

Pada bagian ini membahas secara garis besar tentang artikel tersebut dari pembahasan pada di bagian – bagian sebelumnya dan kekurangan dari penelitian ini serta merekomendasi bagi peneliti selanjutnya.