

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Sejarah perusahaan**

- A. Wimcycle didirikan pada tahun 1972 dengan nama CV Indonesia Makmur oleh Bapak Hendra Widjaja. Perusahaan ini dimulai manufaktur suku cadang sepeda di pusat kota Surabaya.
- B. Pada tahun 1976, nama perusahaan berubah menjadi PT Wijaya Indonesia Makmur Bicycle Industries dan memperluas untuk mencakup pembuatan sepeda, serta bagian, di Desa Bambe Driyorejo Industrial Estate.
- C. Pada tahun 1984, perusahaan mulai memproduksi sepeda untuk pasar domestik , dan pada tahun 1987 mulai mengekspor sepeda ke Arab Saudi, serta ke Jerman, Belanda, Italia, Yunani dan negara-negara Eropa lainnya.
- D. Pada tahun 1991, Wimcycle mulai mengekspor sepeda ke AS, memasok jaringan ke toko-toko besar seperti Toys ' R ' Us, Wal - Mart dan Target.
- E. Pada tahun 1994, siklus WIM mengekspor produknya ke Kanada, menyediakan *hypermarkets* termasuk Kanada Tire, Zellers, SEARS dan Home Keras Ware.
- F. Saat ini perusahaan diekspor ke merek utama seperti LOEKIE, SPARTA, luwak, KAWASAKI, Schwinn, rebook serta merek OEM massa lainnya.

### 1.1.2 Perusahaan dan pengendalian kualitas

Wimcycle menempatkan prioritas tertinggi pada inspeksi yang tepat dan mengontrol kualitas yang ketat untuk memastikan produk bebas dari cacat dan bahwa mereka memenuhi standar keselamatan. Tes-tes tersebut dilakukan oleh teknisi pengendalian mutu dengan menggunakan peralatan laboratorium modern.

Perusahaan mengakui pentingnya mengontrol kualitas dari awal proses manufaktur bahan baku dan komponen yang diperoleh dari sumber terpercaya yang melampaui persyaratan internasional untuk keamanan dan kualitas. Tabung mekanisme yang digunakan oleh Wimcycle telah lulus standar perusahaan Japan, dan bagian-bagian komponen telah lulus standar perusahaan inggris dan *Costumer Product Safety Commission Standards*.

Pada tahun 2008, Wimcycle mencapai ISO 9001:2008 cert No.13825.



**Gambar 1.1**

**CERTIFIED ORGANISATION ISO 9001 : 2008 Cert. No. 13825**

*Sumber : [www.wimcycle.com](http://www.wimcycle.com)*

### 1.1.3 Pengembangan terbaru

Model sepeda Wimcycle yang dirancang dan dikembangkan dengan menggunakan kenyamanan dan konsep rekayasa fungsi, menekankan ergonomic dan kenyamanan untuk memberikan kenikmatan bersepeda utama. Konsep ini merupakan inti dari pemikiran Wimcycle penelitian dan pengembangan departemen, memberikan perbaikan terus-menerus dalam kualitas produk dan inovasi desain. Percobaan

departemen R&D terus-menerus dengan proses produksi baru dan teknik dalam mencari cara yang lebih efisien untuk membangun sepeda berkualitas tinggi.

Sejalan dengan komitmen untuk memberikan kepuasan pelanggan, Wimcycle telah mengamankan lisensi resmi untuk memproduksi sepeda karakter dari perusahaan multinasional seperti Disney (mickey & Donald Family, Pricess), Warner Bros (Looney Tunes, Batman, Superman), Mattel (Barbie dan Hotwheels) dan Nickelodeon (Sponge Bob), Strawberry Shorcake dan Transformer.

Di pasar domestic, Wimcycle adalah merek terkenal :

1. Wimcycle telah mendapatkan penghargaan dari Superbrand pada 2005-2009 selama 5 tahun terakhir secara berturut-turut.
2. Wimcycle telah mendapat penghargaan dari TOP BRAND pada tahun 2007, 2008, 2009 selama 3 tahun berturut-turut.
3. Wimcycle telah mendapat penghargaan dari KIDS TOP BRAND pada tahun 2012.
4. Wimcycle tahun ini telah berhasil sampai ke TOP ORIGINAL 250 merek Indonesia.



**Gambar 1.2**

**Penghargaan Wimcycle**

*Sumber :* [www.wimcycle.com](http://www.wimcycle.com)

Saat ini perusahaan telah melalui perjalanan panjang dari sebuah industry rumah kecil di pusat kota Surabaya yang memproduksi bagian-bagian sepeda menjadi pemimpin pasar dalam industri sepeda baik domestic dan internasional. Jalan menuju sukses tidak selalu mulus. Pertumbuhan perusahaan secara langsung terkait dengan kepuasan konsumen, yang merupakan dasar dari komitmen perusahaan.

Wimcycle berpendapat bahwa ia memiliki tugas untuk melestarikan bumi untuk generasi mendatang. Perusahaan akan terus melindungi lingkungan dengan mempromosikan transportasi sepeda sebagai solusi terhadap masalah pencemaran di Indonesia dan dunia saat ini.

#### **1.1.4 Visi**

Melestarikan bumi untuk generasi mendatang.

#### **1.1.5 Misi**

Perusahaan akan terus melindungi lingkungan dengan mempromosikan transportasi sepeda sebagai solusi terhadap masalah pencemaran di Indonesia dan dunia saat ini.

#### **1.1.6 Logo Wimcycle**



**Gambar 1.3**

**Logo Wimcycle**

*Sumber : [www.wimcycle.com](http://www.wimcycle.com)*

## 1.2 Latar Belakang

Semakin banyaknya isu kerusakan lingkungan membuat masyarakat mulai memikirkan alternatif transportasi yang ramah lingkungan. Salah satu pilihan yang dapat diambil adalah dengan bersepeda. Selain ramah lingkungan, bersepeda juga dapat membuat badan menjadi lebih sehat.

Bukan hanya sebagai alat transportasi atau alat olahraga, sepeda saat ini juga dapat menjadi gaya hidup di perkotaan. Kini sepeda bukan lagi menjadi olahraga tapi sudah menjadi tren gaya hidup masyarakat di kota-kota besar pada umumnya. Hal ini juga disebabkan karena makin kotornya udara di kota-kota besar.

Salah satu mantan atlet balap sepeda, Puspita Mustika Adia yang ditemui lensaindonesia.com di Laguna Resto, Ia menyatakan “Sebetulnya sepeda bukan lagi sekedar olahraga tapi juga bisa menjadi gaya hidup buat masyarakat,” ujar dia. (sumber : [www.lensaindonesia.com](http://www.lensaindonesia.com))

Tren penggunaan sepeda sebagai salah satu alternatif pengganti kendaraan untuk beraktifitas dan menjadi gaya hidup memunculkan komunitas-komunitas sepeda yang tidak sedikit. Komunitas sepeda saat ini semakin berkembang. Terbentuknya kelompok ini didasari karena kesamaan hobi dengan sepeda yang sejenis serta kesamaan daerah sehingga memudahkan mereka untuk berkumpul. Berikut macam-macam komunitas sepeda:

### 1. Sepeda fixie

Sepeda yang menarik karena warnanya yang umumnya mencolok dan sistem pengendalian khusus yaitu dengan sistem *doltrap / fixed gear*, jadi roda berputar searah dengan kayuhan pedal, apabila dikayuh ke depan sepeda berjalan maju, apabila dikayuh ke belakang sepeda berjalan mundur, sehingga sepeda fixie biasanya tidak menggunakan rem lagi.

## **2. Roadbike atau sepeda balap**

Sepeda yang biasa digunakan untuk berjalan di rute yang datar dan beraspal. Kecepatan dan akselerasi adalah elemen penting yang diperhatikan untuk sepeda ini.

## **3. Mountain bike (MTB) / sepeda gunung**

epeda yang biasa digunakan untuk lintas alam dan tahan dengan keadaan yang cukup ekstrim, sehingga kekuatan sepeda ini biasanya 3 kali lebih kuat dari roadbike.

## **4. BMX (Bike Motor Cross)**

Sepeda ini digunakan untuk melakukan trik dan atraksi. Umumnya ukuran sepeda menggunakan roda berukuran 20” dan jog yang rendah untuk memudahkan atraksi dengan sepeda.

## **5. Lowrider bike atau custom bike**

Sepeda ini cenderung diperhatikan estetikanya, sehingga bentuk-bentuknya sendiri tidak didasari dari fungsi.

## **6. Sepeda onthel**

Disebut juga sepeda unta, kebo, atau pit pancal. Sepeda ini merupakan sepeda yang umum digunakan pada zaman Belanda karena sepeda jenis-jenis lain belum masuk ke Indonesia.

Banyaknya komunitas sepeda berdampak pada penjualan sepeda. Dari toko-toko besar penjualan sepeda secara umum naik 6%. Kenaikan tertinggi terjadi pada sepeda gunung sebesar 24%. Kedua paling tinggi di industri sepeda adalah alat fitness sepeda dan sepeda untuk jalan-jalan bersama keluarga sebesar 16%. Dan untuk sepeda roadbike menurun 5%.

(Sumber : [www.goesbike.com](http://www.goesbike.com))

Berdasarkan data tersebut peningkatan penjualan terbesar diperoleh pada sepeda gunung sebesar 24%. Sepeda gunung yang biasa dikenal dengan istilah *mountain bike* (MTB) adalah sepeda yang digunakan dalam medan yang berat seperti pegunungan atau jalan-jalan berbatu, berlumpur dan terjal. MTB dianggap sebagai sepeda yang multi guna karena dapat digunakan pada berbagai kondisi jalan, masalahnya adalah kepada kenyamanan yang dirasakan berbeda karena MTB memang diciptakan untuk digunakan bukan untuk di jalan aspal yang mulus.

Wimcycle merupakan salah satu produsen yang memproduksi sepeda gunung. Dimana Wimcycle saat ini sudah memakai teknologi *Hydroforming Butted Tubing*. *Hydroforming Butted Tubing* adalah metode atau cara membentuk logam lunak seperti aluminium atau kuningan menjadi ringan secara struktural lebih kaku dan kuat. Teknologi tersebut dapat dirasakan dalam produk Adrenaline Agent Series. Dan untuk kualitas, mungkin sejumlah penghargaan yang pernah diraih seperti 5 tahun berturut-turut meraih **Superbrands**, **Top Brand** dan **Sertifikasi ISO 9001: 2008 Cert No. 13825** yang dapat menjadi salah satu nilai tambah alasan konsumen untuk memilih Wimcycle.

Wimcycle sebagai salah satu produsen sepeda nasional, tampaknya terbilang cukup sukses dalam upayanya merubah image dari produsen sepeda anak-anak menjadi produsen sepeda dengan segmen produk lebih serius. Sebagai buktinya dukungannya terhadap perform atlit sepeda nasional sekelas Risa Suseanty, mereka mengembangkan produk sepeda DownHill yang patut diperhitungkan sekalipun dalam ajang kejuaran MTB internasional. Selain itu, Wimcycle juga Nampak serius menggarap lini lain dari cabang MTB, Misalnya untuk kelas Cross Country, dengan Wimcycle Adrenaline Agent XC Series. (*sumber* : [www.thingsbike.com](http://www.thingsbike.com))

Sejak tahun 1997, Risa Suseanty sudah mewakili di ajang Sea Game dengan mendali emas. Semenjak tahun tersebut, Risa langsung membuktikan dirinya sebagai jawara downhill untuk wanita. Dan tahun 2009 menjadi yang paling berkesan baginya ketika berhasil meraih kembali medali emas pada Sea Games. Bagaimana tidak,

medali emas tersebut sebagai pembuktian Risa yang sempat tidak meraih juara pada ajang Sea Games sejak 2001. Berarti sudah empat medali emas yang diraihinya dari Sea Games. (*sumber* : [www.sportku.com](http://www.sportku.com))

Berikut ini adalah prestasi yang diraih oleh Risa Suseanty si ratu downhill :

**Tabel 1.1**  
**Prestasi Risa Suseanty**

Tahun	Prestasi
2011	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gold Medal Women Elite Downhill SEA GAMES 2011 Indonesia</li> <li>2. Champion of Women Elite UKDI Serie IV Taman Dayu – East Java</li> <li>3. 2<sup>nd</sup> place Women Elite 17<sup>th</sup> Asian MTB Downhill Championship Shanghai China</li> </ol>
2010	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Champion of Women DH UKDI Serie III Kudus – Jateng</li> <li>2. 4<sup>th</sup> place Asia BMX Champion South Korea</li> </ol>
2009	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 16<sup>th</sup> place of Wimen Downhill 1<sup>st</sup> Round World Cup South Africa</li> <li>2. Champion of Women DH UKDI Serie II Malang East Java</li> <li>3. Champion of Women DH UKDI Serie III Mangunan - Jogja</li> <li>4. Champion of Women DH UKDI Serie IV Cilegon - Banten</li> <li>5. Runner Up of Women DH 15<sup>th</sup> Asian Continental Championship Champion of Women DH 25<sup>th</sup> Sea Games Vientine – Laos</li> </ol>

(bersambung)

(sambungan)

Tahun	Prestasi
2008 dan sebelumnya	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Champion of Women DH PON Kaltim 2008</li><li>2. Champion of Women BMX PON Kaltim 2008</li><li>3. Runner Up of Women DH Asian Championship 2005 Bali</li><li>4. 3rd place of Women DH Sea Games 2005 Philippines</li><li>5. 3rd place of Women DH Asian Championship 2004 Philippines</li><li>6. Runner Up of Women DH Sea Games 2003</li><li>7. 3rd place of Women DH Asian Games 2002 Busan-Korea</li></ol>

sumber : [www.wimcycle.com](http://www.wimcycle.com)

Karena segudang prestasinya Risa suseanty dipilih menjadi Celebrity Endorser Wimcycle untuk produk Adrenaline Agent Series. Penggunaan celebrity endorser ini selain dapat menarik perhatian, juga dapat mempengaruhi pada keputusan pembelian. Namun respon konsumen terhadap produk yang dipasarkan oleh *celebrity endorser* itu berbeda beda. Tergantung bagaimana pandangan konsumen terhadap *celebrity endorser* tersebut. Seorang *celebrity endorser* dianggap berhasil dalam memasarkan produk apabila konsumen tertarik dan menimbulkan minat atau tindakan yang berhubungan dengan pembelian. Hal ini dinyatakan oleh Schiffman dan Kanuk (2010:287), daya tarik selebriti digunakan dengan sangat efektif oleh para pemasang iklan untuk berkomunikasi dengan pasar-pasar mereka. Para selebriti dapat menjadi kekuatan yang berpengaruh dalam menimbulkan minat atau tindakan yang berhubungan dengan pembelian atau penggunaan barang-barang

dan jasa-jasa yang dipilih. Identifikasi tersebut didasarkan pada kekaguman (terhadap seorang atlet), aspirasi (seorang selebriti atau terhadap suatu gaya hidup), empati (terhadap seseorang atau situasi), atau pada pengakuan (terhadap seseorang – sejati atau meniru-niru – atau terhadap suatu situasi).

Pengiklan harus berhati-hati dalam memilih *celebrity endorser* sebuah iklan. Hal ini dikarenakan *celebrity endorser* secara logika diasosiasikan dengan produk, meski secara tidak langsung. Oleh karena itu VisCAP model digunakan untuk mengevaluasi *celebrity endorser* yang potensial berdasarkan persepsi khalayak. Rossiter dan Percy mengemukakan VisCAP model yang kemudian dikembangkan lagi oleh Royan (2005:15). Empat unsur tersebut adalah *Visibility*, *Credibility*, *Attraction* dan *Power*.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam suatu karya ilmiah berupa tugas akhir dengan judul: **“Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Wimcycle Agent Series (Studi Kasus Pada : Wimcycle)”**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya dengan cara membuat rumusan masalah yang diteliti. Maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap *celebrity endorser* pada sepeda Wimcycle Agent Series?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada sepeda Wimcycle Agent Series?
3. Seberapa besar pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian sepeda wimcycle?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap celebrity endorser pada sepeda Wimcycle Agent Series?
2. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian pada sepeda Wimcycle Agent Series?
3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian sepeda wimcycle?

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan akan melengkapi bahan penelitian selanjutnya sehingga berguna untuk pengembangan ilmu.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kesesuaian antara teori dan implementasi yang terjadi di kehidupan nyata.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan untuk menyusun strategi perusahaan di masa mendatang.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak Wimcycle dalam menggunakan pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian, sehingga berpengaruh untuk perusahaan menjadi lebih baik lagi.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas analisa data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan akhir penelitian serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.