

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya manusia memiliki tingkat stress yang berbeda-beda. Stress sendiri disebabkan oleh berbagai macam faktor, bisa dari faktor lingkungan kerja, keluarga ataupun masalah pribadi. Untuk keluar dari stress tersebut, biasanya orang-orang melakukan hobi yang mereka sukai. Salah satu hobi yang paling sangat diminati saat ini adalah mengoleksi. Mengoleksi berarti mengumpulkan sesuatu untuk mendapatkan kepuasan batin.

Banyak macam barang yang bisa dikoleksi, misal kendaraan, peralatan rumah tangga, mainan, dan lain sebagainya. Mainan sendiri merupakan salah satu yang paling banyak orang koleksi saat ini. Biasanya orang-orang yang mengoleksi mainan disebut Kolektor. Bagi seorang kolektor, melihat jajaran mainan di toko hobi maupun festival mainan saja sudah sangat menyenangkan, apalagi jika bisa memilikinya.

Di Indonesia sendiri, kebutuhan akan mainan semakin besar dikarenakan banyak orang yang suka mengoleksi mainan terutama mainan impor. Pasar yang terus membesar ini pula yang menyebabkan produk mainan impor tumbuh dengan pesat sekali. Selama Januari-Desember 2017, impor mainan naik hingga 27,9% dari periode sama tahun lalu, menjadi US\$ 55,21 juta. Menurut Ketua Umum Asosiasi Penggiat Mainan Edukatif dan Tradisional Indonesia (Apmenti) Dhanang Sasongko yang dilansir dari Google, impor yang meningkat menunjukkan pasar

mainan di Indonesia terus tumbuh. Ini sejalan dengan kondisi ekonomi nasional yang membaik. Tapi sayangnya, pasar didominasi produk impor yang jumlahnya tiga hingga empat kali lipat dari produk dalam negeri.

Produk impor marak beredar di pusat grosir maupun toko mainan. Sekitar 75% produk impor berasal dari China. Kebanyakan mainan China yang berharga murah menguasai pasar-pasar tradisional. Sementara produk mainan impor dari Jepang, Eropa, dan Amerika Serikat yang harganya lebih mahal dijual di toko modern. Untuk membatasi laju impor mainan, Dhanang meminta pemerintah segera menerapkan SNI wajib bagi mainan. Selain itu, pemerintah perlu mengarahkan para importir agar lebih menyeleksi produk mainan impor. Misalnya, mereka diminta tidak mengimpor produk mainan dengan bahan baku plastik daur ulang.

Menurut data yang didapat dari Google, pada tahun 2017 pasar mainan dunia mencapai US\$ 83,3 miliar. Tahun lalu, pasar mainan di Asia mengalami peningkatan rata-rata 9,2%. Biar begitu, Amerika masih menjadi pasar mainan terbesar di dunia diikuti oleh Jepang, China, Inggris, dan Prancis. Lebih dari 50% penjualan mainan terpusat di lima negara itu.

Meskipun begitu, di Indonesia sendiri permintaan akan mainan impor selalu naik tiap tahunnya, terutama mainan yang berasal dari negara Jepang. Menurut penelitian di lapangan, mainan yang berasal dari Jepang memiliki kualitas dan desain yang lebih baik dan menarik daripada yang diimpor dari negara lainnya dengan harga yang masih bisa tetap bersaing. Salah satu jenis

mainan yang banyak diimpor adalah *action figure*. Dilansir dari Wikipedia, *action figure* (dibaca eksyen figur) adalah mainan berkarakter yang berpose, terbuat dari plastik atau material lainnya dan karakternya sering diambil berdasarkan film, komik, *video game* atau acara televisi. *Action figure* ini sering dipasarkan memang untuk anak lelaki. *Action figure* yang bisa diganti-ganti pakaiannya sering disebut sebagai *action doll* (boneka aksi) sebagai sebuah perbedaan dari *action figure* yang pakaiannya tidak bisa diganti-ganti atau sudah dicetak.

Action figure sangat terkenal terutama dikalangan anak lelaki karena mereka melambangkan suatu sifat maskulin. Awalnya *action figure* dibuat hanya untuk pasaran anak-anak, kemudian *action figure* telah berkembang menjadi sebuah barang koleksi bagi para kolektor dewasa dan telah diproduksi secara spesifik untuk orang dewasa. Dalam hal ini, barang yang dipandang secara cermat adalah mainan yang semata-mata hanya untuk dipajang.

Dilansir dari Google, banyak sekali jenis *action figure* yang beredar di pasaran. *Action figure* tersebut memiliki ciri khasnya masing-masing. Berikut ini adalah beberapa jenis *action figure* yang paling banyak diminati, antara lain:

1. *Figma*

Figma (フィグマ) adalah *action figure* yang berasal dari Jepang yang diproduksi oleh Max Factory dan didistribusikan oleh Perusahaan Good Company. Kebanyakan figure-figurenya adalah karakter *Bishoujo* dari *anime-anime* dan seringnya atau kebanyakan adalah bentuk dari karakter-karakter yang sudah tampil di *anime* ataupun game Jepang.

2. *Nendoroid*

Secara sederhana, *action figure nendoroid* merupakan salah satu jenis figure yang mempunyai ciri ukuran kepala yang terlihat lebih besar dari badan. Mirip seperti karakter *chibi* (mini) yang sudah umum dipakai. Figure jenis ini begitu melekat dengan kesan *moe* (imut) karena ekspresi yang tersedia untuk satu item sangat beragam. Tinggi dari nendoroid sendiri sekitar 10cm lebih.

3. SHF (*Simple Heroic Figure*) dan SIC (*Super Imaginative Chogokin*)

Jenis ini merupakan standar baru dari *action figure* yang dipersembahkan seni dari *Bandai Design Technology*, didesain mirip dengan mimik serta bentuk tubuh manusia, Biasanya tingginya sekitar 14cm. SIC atau *Super Imaginative Chogokin* adalah seri yang indah dan elegan dibuat oleh Takayuki Takeyaka dan Kenji Ando yang bisa dibilang lebih dari figure. Mereka adalah seni dibuat dari empat prinsip dengan memanfaatkan bahan baru, kualitas tinggi, nilai mainan serta originalitas.

4. *Gunpla (Gundam Plastic Model)*

Gunpla atau *Gundam Plastic Model* merupakan model kit yang menggambarkan kendaraan dan karakter dari *Gundam* yang di buat oleh Bandai. *Gundam* sendiri merupakan serial anime robot. Kit ini telah populer di kalangan penggemar anime bergenre *mecha* atau robot di Jepang dan negara-negara Asia lainnya sejak tahun 1980-an. Pemodelan *Gundam* tersebar di tahun 1990-an antara Amerika Utara dan Eropa melalui sarana acara televisi dan manga *gundam*. Model *Gundam* kit, serta

hobi perakitan dikenal di Jepang sebagai *Gunpla* (ガンプラ) dimana plastik menjadi bahan yang paling umum digunakan untuk pembuatan kit *Gundam*. Selain itu *Gunpla* ini memiliki berbagai macam-macam jenis.



Gambar 1.1
Perbandingan Action Figure (Kiri Gunpla – Kanan SIC)
 Sumber: <https://www.google.co.id>

Di Indonesia sendiri banyak penggemar *action figure*. *Gunpla* merupakan salah satu *action figure* yang paling banyak diminati. Ada tantangan tersendiri dalam merakitnya sehingga membuat seseorang mendapatkan kepuasan batin setelah melihat hasil jadinya. Dilansir dari situs *akibanation.com*, banyak tipe atau *grade Gunpla* yang beredar di pasaran, yaitu:

1. *Super Deformed* (SD)

Super Deformed adalah versi *Gunpla* yang paling kecil. Ketinggian *Gunpla* ini hanya sekitar 8-10cm saja. *Super Deformed* memiliki ruang gerak yang sangat terbatas karena ukuran tubuhnya yang kecil dan *joint part* yang tidak fleksibel.

2. *High Grade* (HG)

High Grade adalah versi *Gunpla* yang paling standar yang beredar di pasaran saat ini. *High Grade* memiliki ukuran dengan skala 1/144 atau dengan ketinggian sekitar 13-15cm. *High Grade* merupakan jenis *Gunpla* yang paling banyak dibeli dan dikoleksi orang dikarenakan harganya yang murah diantara jenis *Gunpla* yang lainnya.

3. *Real Grade* (RG)

Real Grade adalah versi *Gunpla* yang sangat canggih yang dilengkapi dengan “*Advanced MS Joint Part*” yang memiliki tingkat artikulasi yang sangat tinggi. Namun, skala versi ini sama dengan *High Grade*, yaitu 1/144 dengan ketinggian 13-15cm.

4. *Master Grade* (MG)

Gunpla dengan versi ini memiliki skala 1/100 dengan ketinggian sekitar 17-19cm. Tingkat kedetailan dan fleksibilitas yang tinggi membuat bagian tubuh *Gunpla* ini gampang untuk digerakkan.

5. *Perfect Grade* (PG)

Perfect Grade adalah versi yang sempurna dan terbaik dibandingkan versi *Gunpla* lainnya. Skala *Gunpla* ini adalah 1/60 dengan ketinggian sekitar 30cm.

Seiring berjalannya waktu, para penggemar *action figure* membutuhkan tempat untuk mereka saling bertukar pikiran, makanya mereka mendirikan komunitas untuk menaungi hobi mereka tersebut. Komunitas-komunitas tersebut tersebar diseluruh daerah di Indonesia. Kota Bandung sendiri memiliki banyak

sekali komunitas penggemar *action figure* terutama *gunpla*. Dilansir dari penelitian di lapangan, dari seluruh komunitas penggemar *gunpla* yang ada, ada dua komunitas paling besar di Kota Bandung, yaitu *Gundam Bandung Advance* (GBA) dan *Gundam Front: Pasundan*. Karena banyaknya pecinta *gunpla* dan komunitasnya di Kota Bandung, banyak pula toko mainan dan hobi di Kota Bandung yang menjual berbagai macam jenis *gunpla* selain *action figure* lainnya. Toko-toko tersebut merupakan surga bagi para kolektor untuk berburu *gunpla* yang mereka inginkan. Dari beberapa toko yang menjual *gunpla*, ada 5 toko mainan dan hobi yang terkenal di Kota Bandung, seperti yang dijelaskan tabel 1.1 dibawah ini, yang salah satunya adalah Toko Kaoshero.

Tabel 1.1
Daftar Nama Toko Mainan dan Hobi yang terkenal di Kota Bandung

No.	Nama Toko	Alamat
1	Vega Toys & Hobbies	Jl. Banda No. 33, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115
2	MULTI – Toys, Games, & Hoobies	Jl. Kebon Jati No. 169, Kb. Jeruk, Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181
3	Hobby Mokit	Jl. Pasir Kaliki No. 118, Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171
4	Zero Toys	Jl. Sunda No. 39a, Kb. Pisang, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40112
5	Kaoshero	Mall Lucky Square, Jl. Terusan Jakarta No. 77a, Babakan Surabaya, Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat 40291

Sumber: <https://www.google.co.id>

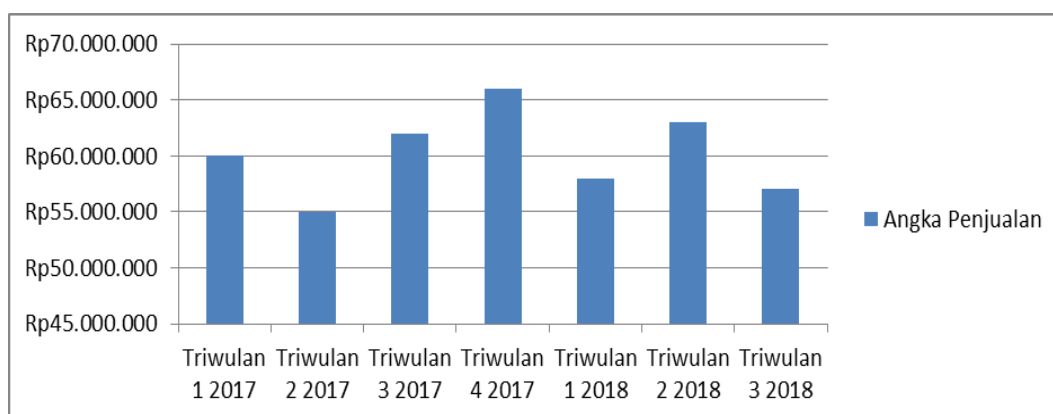
Toko Kaoshero menjual berbagai macam mainan. Dari mulai *diecast*, *remote control*, *statue*, *action figure*, dan lainnya. *Gunpla* adalah salah satu *action figure* yang dijual disana, mulai dari yang skala yang paling kecil (SD) hingga

yang paling besar (PG). Namun begitu, penjualan *gunpla* di Toko Kaoshero tidaklah selalu menguntungkan. Angka penjualan *gunpla* di Toko Kaoshero bisa dilihat pada tabel dan grafik 1.2 dibawah ini.

Tabel 1.2
Angka Penjualan *Gunpla* Per Triwulan Tahun 2017-2018 di Toko Kaoshero

Bulan	Jumlah
Triwulan 1 (Januari, Februari, Maret) 2017	Rp. 60.000.000,-
Triwulan 2 (April, Mei, Juni) 2017	Rp. 55.000.000,-
Triwulan 3 (Juli, Agustus, September) 2017	Rp. 62.000.000,-
Triwulan 4 (Oktober, November, Desember) 2017	Rp. 66.000.000,-
Triwulan 1 (Januari, Februari, Maret) 2018	Rp. 58.000.000,-
Triwulan 2 (April, Mei, Juni) 2018	Rp. 63.000.000,-
Triwulan 3 (Juli, Agustus, September) 2018	Rp. 57.000.000,-
Total	Rp. 421.000.000,-

Sumber: Data diolah oleh Peneliti



Gambar 1.2
Grafik Penjualan *Gunpla* Per Triwulan Tahun 2017-2018 di Toko Kaoshero Bandung

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

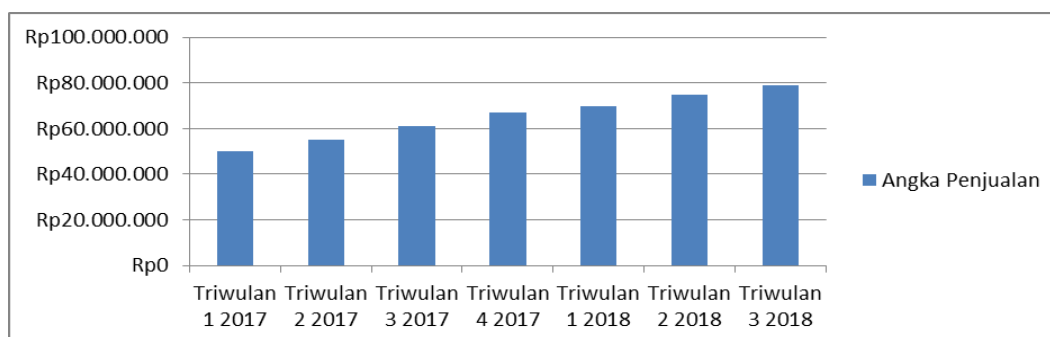
Berdasarkan tabel dan grafik diatas, jumlah penjualan *gunpla* di Toko Kaoshero mengalami keadaan yang fluktuatif. Tidak selalu mengalami kenaikan, ada juga mengalami penurunan. Terutama pada triwulan kedua tahun 2017 dimana mengalami penurunan yang signifikan. Berbanding terbalik pada triwulan keempat tahun 2017 yang mengalami kenaikan yang cukup tinggi dikarenakan memasuki liburan akhir tahun.

Penurunan penjualan *gunpla* juga disebabkan karena konsumen lebih memilih membeli *action figure* lain seperti *SHF*, *SIC*, *Nendoroid*, dan *Figma* dibanding *gunpla*. Setelah melakukan observasi dan wawancara kepada konsumen Toko Kaoshero Bandung, alasan mereka lebih tertarik untuk membeli *action figure* lain dibanding *gunpla* adalah konsumen sebelumnya yang telah berbelanja disana lebih merekomendasikan untuk membeli *action figure* lain dibanding *gunpla* dan review yang diberikan juga lebih baik daripada *gunpla* serta desain *action figure* lain lebih menarik dibanding *gunpla*. Berikut angka penjualan *action figure* lain selain *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung yang dapat dilihat pada table dan grafik 1.3 dibawah ini.

Tabel 1.3
Angka Penjualan Action Figure (*SHF*, *SIC*, *Nendoroid*, dan *Figma*) Per Triwulan Tahun 2017-2018 di Toko Kaoshero

Bulan	Jumlah
Triwulan 1 (Januari, Februari, Maret) 2017	Rp. 50.000.000,-
Triwulan 2 (April, Mei, Juni) 2017	Rp. 55.000.000,-
Triwulan 3 (Juli, Agustus, September) 2017	Rp. 61.000.000,-
Triwulan 4 (Oktober, November, Desember) 2017	Rp. 67.000.000,-
Triwulan 1 (Januari, Februari, Maret) 2018	Rp. 70.000.000,-
Triwulan 2 (April, Mei, Juni) 2018	Rp. 75.000.000,-
Triwulan 3 (Juli, Agustus, September) 2018	Rp. 79.000.000,-
Total	Rp. 457.000.000,-

Sumber: Data diolah oleh Peneliti



Gambar 1.3
Grafik Penjualan Action Figure (*SHF*, *SIC*, *Nendoroid*, dan *Figma*) Per Triwulan Tahun 2017-2018 di Toko Kaoshero

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan tabel dan grafik diatas, jumlah penjualan *action figure* lain selain *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung mengalami peningkatan setiap bulannya meskipun pendapatan pada awal bulan yang didapat dari penjualam *action figure* lain lebih kecil dibanding pendapatan yang yang didapat dari penjualan *gunpla*. Bisa dilihat juga total penjualan yang didapat dari *action figure* lain lebih besar dari total penjualan yang didapat dari *gunpla*. Hal ini memperlihatkan adanya permasalahan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.

Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai Toko Kaoshero Bandung, peneliti melakukan survei pendahuluan dengan tujuan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan penurunan penjualan di Toko Kaoshero Bandung. Hal ini digunakan supaya peneliti mendapatkan bukti yang nyata atas permasalahan yang terjadi di Toko Kaoshero Bandung.

Peneliti juga melakukan wawancara pada konsumen dan pemilik Toko Kaoshero Bandung, serta menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang berkunjung ke Toko Kaoshero Bandung, yang didalamnya memuat perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan *retail mix*.

Berikut hasil pra penelitian pendahuluan mengenai perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di Toko Kaoshero Bandung:

Tabel 1.4
Penelitian Pendahuluan Terhadap Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	ST	RG	TS	STS	Rata-rata	Responden	Status
1	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian <i>action figure</i> di Toko Kaoshero Bandung karena <i>electronic word of mouth</i> nya berjalan sangat baik	6	8	6	10	-	3.4	30	Kurang Baik

2	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian <i>action figure</i> di Toko Kaoshero Bandung karena variasi desainnya yang bermacam-macam dibanding <i>action figure</i> lain	4	9	4	13	-	3.4	30	Kurang Baik
---	--	---	---	---	----	---	-----	----	-------------

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada tabel 1.4 diatas menunjukkan banyaknya respon konsumen pada poin TS (Tidak Setuju) terhadap keputusan pembelian *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung. Secara umum keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Menurut pernyataan yang disajikan peneliti di kuesioner pra *survey*, bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung terlihat masih rendah, hal ini disebabkan oleh *electronic word of mouth* dan desain produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, sehingga dapat menyebabkan penjualan menurun.

Permasalahan yang dihadapi oleh Toko Kaoshero Bandung tidak hanya muncul dari keputusan pembelian saja, hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor lain yang belum maksimal. Untuk mengetahui faktor-faktor lain yang menyebabkan penjualan menurun yang berdampak pada berkurangnya keputusan pembelian konsumen di Toko Kaoshero Bandung, peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner pra *survey* kepada 30 responden. Berikut faktor-faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Kaoshero Bandung:

Tabel 1.5
Hasil Pra Penelitian Pendahuluan Mengenai *Retail Mix* di Toko Kaoshero

No	Retail Mix	Pernyataan	SS	ST	RG	TS	STS	Rata-rata	Status	Responden
1	Product	Kualitas produk <i>action figure</i> di Toko Kaoshero sangat baik	9	15	6	-	-	4.1	Baik	30
		Produk <i>action figure</i> di Toko Kaoshero Bandung sesuai dengan harapan	8	17	5	-	-	4.1	Baik	
2	Price	Harga <i>action figure</i> yang ditetapkan di Toko Kaoshero terjangkau dibandingkan toko lain sejenis	8	15	7	-	-	4.0	Baik	30
		Harga produk yang ditetapkan sangat sesuai dengan kualitas produk	9	12	9	-	-	4.0	Baik	
3	Place	Lokasi Toko Kaoshero Bandung sangat strategis	17	13	-	-	-	4.5	Sangat Baik	30
		Lokasi Toko Kaoshero sangat mudah dijangkau	16	14	-	-	-	4.5	Sangat Baik	
4	Electronic Word of Mouth	Saya mengetahui Toko Kaoshero melalui media sosial dan jejaring internet	5	8	7	10	-	3.2	Sedang	30
		Ulasan dan rating yang diberikan kepada Toko Kaoshero sangat baik	4	9	8	9	-	3.2	Sedang	
5	Process	Cara pembayaran yang sangat mudah	7	16	7	-	-	4.0	Baik	30
6	People	Pemilik Toko Kaoshero melayani konsumen dengan ramah	6	14	10	-	-	3.8	Baik	30

		Pelayanan yang diberikan pegawai Toko Kaoshero sangat baik	7	17	6	-	-	4.0	Baik	
7	Product Design (Desain Produk)	Gunpla yang dijual mempunyai desain bervariasi dibanding <i>action figure</i> lain	-	6	10	10	4	2.6	Rendah	30

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Berdasarkan tabel 1.5 hasil pra *survey* penelitian pendahuluan yang dilakukan pada 30 responden menunjukkan adanya beberapa permasalahan yang dihadapi Toko Kaoshero Bandung. Permasalahan yang dihadapi Toko Kaoshero Bandung diantaranya mengacu pada *electronic word of mouth* dan desain produk yang terkait dengan keputusan pembelian. *Electronic word of mouth* yang berjalan di Toko Kaoshero dinilai masih kurang sesuai dengan harapan konsumen dengan alasan masih banyak konsumen sebelumnya yang tidak memberikan ulasan setelah membeli produk disana, jadi membuat konsumen baru ragu untuk membeli produk disana. Selain itu, Toko Kaoshero tidak menjual gunpla dengan berbagai macam desain, berbanding berbalik dengan *action figure* lainnya, yang membuat konsumen kesusahan untuk mencari gunpla dengan desain yang mereka inginkan.

Peneliti dapat menyimpulkan permasalahan yang terjadi di Toko Kaoshero fenomenanya muncul dari keputusan pembelian sesuai dengan pernyataan yang peneliti cantumkan pada tabel 1.4 kuesioner pra *survey* bahwa rendahnya keputusan pembelian dipengaruhi oleh *electronic word of mouth* yang masih kurang berjalan baik di Toko Kaoshero. Faktor penyebab lainnya yaitu Toko

Kasohero tidak banyak menyetok banyak gunpla dengan berbagai macam desainnya yang membuat konsumen kesusahan mencari gunpla yang diinginkan.

Dalam menjalankan tokonya, Kaoshero tidak hanya melalui jalur *offline* tetapi juga *online*. Dengan menggunakan jejaring internet dan media sosial, Toko Kaoshero melayani penjualan baik dari dalam Kota Bandung maupun dari luar Kota Bandung. Akan tetapi, kebanyakan dari pelanggannya membeli disana melalui jalur online dikarenakan mereka tidak mau ribet. Mereka hanya tinggal memesan barang yang diinginkan, mentransfer uang melalui ATM atau Internet Banking, dan menunggu barang pesanannya datang dibawa oleh kurir agen pengiriman barang.

Peran *electronic word of mouth* sangat penting disini. Para konsumen baru yang ingin membeli dan mengoleksi *action figure*, akan mencari referensi *action figure* apa yang bagus buat para kolektor *action figure* pemula. Mereka akan mencari tahu mengenai *action figure*, mulai dari jenis, harga, cara perawatan, komunitas, dan lain sebagainya. Biasanya mereka akan mencari tahu lewat jejaring internet dan media sosial. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, kebanyakan pelanggan di Kaoshero membeli *gunpla* dibanding *action figure* lain. Ini bisa dilihat dari jumlah ulasan yang diberikan di Toko Kaoshero lewat aplikasi Tokopedia. Disana para konsumen banyak menanyakan *gunpla* dibanding *action figure* lainnya. Mereka juga banyak memberikan ulasan positif setelah membeli *gunpla* disana. Ini menjadi acuan bagi para kolektor *action figure* pemula untuk memilih *action figure* apa yang akan mereka beli. Meskipun penjualan *gunpla* tidak selalu mengalami kenaikan setiap bulannya.

Orang-orang sendiri membeli dan mengoleksi *gunpla* dikarenakan suka dengan anime *Gundam*. Mereka melihat desain dari robot *Gundam* sangatlah menarik dibanding *action figure* lainnya. Desain robot dengan berbagai macam senjata dan *item* yang dimiliki, membuat orang seakan-akan memiliki robot impiannya sendiri. Desain *gunpla* sendiri dibuat berdasarkan anime *Gundam* yang ditayangkan di televisi. Dari *gunpla* yang paling simpel sampai dengan yang memiliki berbagai macam senjata dan *item* telah diproduksi. Maka dari itu, diantara para kolektor memiliki kesenangan yang berbeda untuk seri *gunpla* yang mereka inginkan. Dengan berbagai variasi desain *gunpla* yang ada, membuat variasi produk yang dijual dipasaran jadi banyak, yang membuat persaingan penjualan *gunpla* dengan *action figure* lain juga semakin ketat dikarenakan *action figure* lain juga terus menerus mengeluarkan produk dengan berbagai macam desain yang menarik dan berbeda dengan harga yang tidak kalah bersaing seperti yang ada di Toko Kaoshero.

Maka dari itu, berdasarkan penjelasan diatas, peneliti melakukan penelitian keputusan pembelian *gunpla* di Toko Kaoshero yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu *electronic word of mouth* dan desain produk. Hasil penelitian tersebut akan dituangkan kedalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GUNPLA DI TOKO KAOSHERO BANDUNG”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Masalah pada hakekatnya merupakan suatu keadaan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara rencana dengan pelaksanaan, antara harapan dengan

kenyataan, antara teori dengan fakta. Penelitian pada dasarnya dilakukan guna mendapat data yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah, untuk itu setiap penelitian yang dilakukan selalu berangkat dari masalah, begitupun dengan penelitian ini. Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup dalam penelitian terhadap variabel *electronic word of mouth*, desain produk, dan keputusan pembelian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing yang sejenis dengan Toko Kaoshero.
2. Pertumbuhan angka penjualan *gunpla* yang fluktuatif di Toko Kaoshero.
3. *Electronic word of mouth* yang berjalan antar pelanggan Toko Kaoshero masih kurang.
4. Desain produk *gunpla* yang masih kurang diminati dibanding dengan *action figure* lain yang dijual di Toko Kaoshero.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen tentang *electronic word of mouth* produk *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen tentang desain produk *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.

3. Bagaimana tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian produk *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hal-hal sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen tentang *electronic word of mouth* produk *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.
2. Tanggapan konsumen tentang desain produk *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.
3. Tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian produk *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.
4. Besarnya pengaruh *electronic word of mouth* dan desain produk terhadap keputusan pembelian *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi piha-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan *electronic word of mouth* dan desain produk. Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis

maupun praktis dan memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan sebagai referensi untuk penelitian lainnya serta dapat memberikan masukan untuk mengembangkan teori yang sudah ada. Selain itu dapat dapat dijadikan sebagai suatu perbandingan antara teori dalam penelitian dengan penerapan dalam dunia kerja yang sebenarnya dan mempraktekan ilmu yang didapat dalam perkuliahan kedalam dunia kerja.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat khususnya berkaitan dengan beberapa aspek, diantaranya:

- a. Penulis dapat mengetahui dan menilai keputusan pembelian yang dilakukan konsumen Toko Kaoshero Bandung.
- b. Penulis dapat melihat dan menilai langsung desain produk *action figure* terutama *gunpla* yang dijual di Toko Kaoshero Bandung.
- c. Penulis dapat mengetahui seberapa luas *electronic word of mouth* yang berjalan di Toko Kaoshero Bandung.

2. Bagi Toko Kaoshero Bandung

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi toko terhadap

permasalahan-permasalahan yang terjadi, yaitu mengenai pentingnya meningkatkan *electronic word of mouth* dan desain produk untuk menciptakan keputusan pembelian *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung, seperti:

- a. Agar toko mengetahui keputusan pembelian *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.
- b. Toko Kaoshero Bandung agar menambah koleksi *gunpla* yang dijual dengan desain lain yang berbeda.
- c. Serta memperluas jaringan *electronic word of mouth* mengenai *action figure* terutama *gunpla* di Toko Kaoshero Bandung.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengalaman, wawasan, dan membuka paradigma baru bagi pembaca mengenai pentingnya *electronic word of mouth*, desain produk, dan keputusan pembelian serta sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang khususnya ingin meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian selain *electronic word of mouth* dan desain produk.