

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM CHARLES & KEITH DAN IDENTIFIKASI RESPONDEN**

Pada bab II ini menjelaskan mengenai gambaran umum Charles & Keith dan identifikasi responden yang meliputi jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, pendapatan per bulan dari responden.

#### **2.1. Sejarah dan Perkembangan Charles & Keith**

Charles & Keith adalah merek *fast fashion* yang mengkhususkan diri dalam penjualan sepatu dan aksesoris wanita. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1996 oleh dua kakak beradik Charles dan Keith Wong yang lahir Singapura, di bawah naungan Charles & Keith Group yang juga memiliki merek Charles & Keith Signature Label dan Pedro. Charles & Keith membuka toko pertama mereka pada tahun 1996 di Shopping Centre Amara, Singapura. Indonesia sendiri merupakan negara pertama yang mereka pilih untuk menjalankan ekspansi Internasional pada tahun 1997 & 1998. Charles & Keith mendirikan toko pertamanya di Ratu Plaza.

Pada tahun 2001 Charles & Keith membuka usaha internasional di Filipina, di mana pada tahun 2013 mereka memiliki 33 toko. Mereka memulai debutnya di Timur Tengah pada tahun 2004 dengan sebuah toko di Dubai, dan satu lagi di Arab Saudi pada tahun 2005. Pada tahun 2011 mereka memiliki lebih dari 230 toko di seluruh dunia sebagian besar berbasis di Timur Tengah dan Asia. Pada tahun 2013 ini telah berkembang menjadi lebih dari 300 toko di seluruh dunia, termasuk lokasi di Afrika, dan di Jepang, di mana mereka membuka *flagship* di Harajuku, Tokyo, dan toko-toko lain di Yokohama dan Osaka. Semua toko adalah perusahaan dengan hak milik kecuali adanya larangan dalam undang-undang lokal negara tersebut. Maka toko tersebut memakai sistem joint-venture.

Merek ini kemudian diakuisisi oleh Suyen Corporation pada 2006, dan pada tahun 2011, LVMH (Louis Vuitton Moet Hennessy). Setelah saat itu mereka berniat untuk memperluas kehadiran Charles & Keith dengan 40 – 50 toko di India. The Charles & Keith Signature Label diluncurkan pada tahun 2007 untuk menawarkan berbagai lebih banyak produk seperti sepatu dan tas. Pada tahun 2009, tim desain dan pengembangan Charles & Keith setiap tahunnya memproduksi lebih dari 750 desain untuk alas kaki dan 300 jenis aksesoris. Desain sepatu Charles & Keith sangat disukai oleh semua wanita karena memiliki ciri yang simpel, elegan dan stylish. Charles & Keith tidak menyuguhkan model yang rumit dan aneh, maka dari itu sepatu dan tas produk Charles & Keith memberi kesan elegan dan berkelas bagi wanita yang memakainya.

Store Charles & Keith di Semarang sendiri buka pertama kali pada tahun 2008 dibawah naungan PT. Cipta Mode Kharisma dimana perusahaan ini merupakan retail fashion sepatu dan tas original branded Charles & Keith.

### **2.1.1 Visi dan Misi Charles & Keith**

Hampir semua perusahaan memiliki sebuah visi dan misi, karena tanpa adanya visi dan misi perusahaan bagaikan berdiri tanpa landasan dan tujuan jangka panjang. Oleh karena itu betapa pentingnya visi dan misi dalam suatu perusahaan tidak perlu dipertanyakan kembali, begitu juga dengan perusahaan Charles & Keith store Semarang memiliki Visi dan Misi:

a. Visi

“menjadi perusahaan di bidang *Fashion* yang paling di kagumi “

b. Misi

“memberikan *fashion* terbaru untuk gaya yang moderen dan *stylish*”

### **2.1.2 Produk Charles & Keith**

Charles & Keith memberi banyak pilihan produk *Fashion* bagi penggunanya diantaranya adalah :

#### **A. Sepatu**

Sepatu merupakan kebutuhan para wanita yang sangat diperhatikan. Charles & Keith memberikan berbagai pilihan mode terbaiknya dengan memperhatikan kualitas dan kenyamanan pemakainya dengan design yang elegan, simple dan moderen.

#### **B. Tas**

Charles & Keith memberikan berbagai pilihan produk tas yang sangat elegan bagi penggunanya sehingga dapat menciptakan rasa bangga ketika memakai tas produk Charles & Keith. desgin yang elegan, moderen dan simple sangat cocok digunakan dalam berbagai acara resmi atau non resmi.

#### **C. Aceccories**

Tak lupa Charles & Keith menyediakan berbagai produk aceccoris sebagai penunjang gaya hidup konsumennya, diantaranya terdapat dompet (*purse*), sabuk (*belt*), kacamata (*glasses*) dan masih banyak lagi

### **2.1.3. Struktur Organisasi**

Setiap pemimpin perusahaan akan selalu mengarahkan dan mengembangkan usahanya agar perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya maka pemimpin perusahaan perlu membuat suatu perancangan dan menyusun struktur organisasi yang baik dan menyesuaikan kondisi perusahaan. Bentuk struktur organisasi pada store Charles & Keith di Semarang yaitu struktur organisasi lini, struktur organisasi lini menggambarkan tekanan bahwa wewenang organisasi dipegang langsung oleh manajemen puncak atau manajer atas yang diterapkan pada karyawannya untuk mencapai keberhasilan. Namun manajer-manajer departemen masih diberi kesempatan untuk membuatv pengambilan keputusan bagi

departemennya dalam komando manajer puncak. Berikut adalah gambar struktur organisasi Store Charles & Keith di Semarang :

Gambar 2.1

Struktur Organisasi Store Charles & Keith di Semarang



Sumber : Store Charles & Keith Paragon Semarang,2017.

- **Pemegang Saham**

Pemegang saham adalah selaku orang yang sah memiliki perusahaan dan memiliki wewenang khusus untuk perusahaanya.

- **Kepala Cabang**

Kepala cabang adalah selaku orang yang bertanggung jawab langsung kepada pimpinan perusahaan atau pemegang saham. Kepala cabang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melakukan pengelolaan cabang dalam bidang penjualan,

promosi, dan administrasi serta mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam usaha pencapaian target, meningkatkan produktivitas, serta kepuasan pelanggan dan membuat perencanaan strategis, kebijakan, arah dan target cabang dengan *guidline* dari pusat atau pemegang saham.

- **Staff Administrasi**

Staff administrasi adalah selaku orang yang bertugas dari mulai rekap data, pembuatan surat untuk di pertanggung jawabkan langsung kepada kepala cabang.

- **Supervisor**

Supervisor adalah selaku orang yang memiliki kuasa dan wewenang untuk mengeluarkan perintah kepada rekan kerjanya atau bawahannya dibawah arahan kepala cabang atau atasannya, serta mengawasi, dan mengarahkan tatacara mengendalikan suatu pelaksanaan. Dan dapat bertanggung jawab. Fungsi dari supervisor sendiri yaitu untuk menyelesaikan masalah sebisanya tanpa harus ditangani oleh atasan, membantu tugas bawahannya, dan menampung segala keluhan dari konsumen untuk disampaikan kepada atasannya.

- **Sales Promotion Girl (SPG)**

Sales promotion girl (SPG) selaku orang yang memasarkan dan mempromosikan sebuah produk langsung pada konsumennya agar tujuan perusahaan tercapai.

#### **2.1.4 Lokasi Charles & Keith**

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan melakukan segala aktivitasnya sehari-hari. Pemilihan lokasi merupakan faktor yang sangat penting, karena mengingat letak atau lokasi perusahaan memiliki pengaruh bagi sukses atau tidaknya perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Berikut adalah letak lokasi dari Store Charles & Keith di Semarang.

Nama : Charles & Keith

Lokasi : Paragon Mall Lantai Ground nomor 20, Sekayu, Jalan Pemuda nomor 188,  
Semarang, Jawa Tengah.

No. Telepon : 024-85679185

#### **2.1.5 Logo Charles & Keith**



## **2.2. Identitas Responden**

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda ditinjau dari umur, status perkawinan, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, pendapatan perbulan, dan jenis pekerjaan dari konsumen Charles & Keith.

Data yang didapatkan ini diperlukan sebagai data pendukung dalam penelitian dan ditujukan untuk mengetahui latar belakang mengambil keputusan dalam pembelian tas dan sepatu store Charles & Keith di Semarang. Hasil yang diperoleh melalui kuesioner akan dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi.

### **2.2.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin**

Seluruh responden dalam penelitian ini adalah 100% wanita mengingat, dimana produk Charles & Keith mengkhususkan sebagai produk Fashion wanita dengan model tas dan sepatu yang stylish dan moderen.

### **2.2.2 Identitas Responden Menurut Umur**

Kematangan seseorang secara fisik maupun biologis dan mental dapat dilihat dari berbagai indikator yang mempengaruhinya. Umur/usia merupakan salah satu faktor sosial yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Perbedaan umur akan berpengaruh terhadap kemampuan kerja seseorang menjalankan aktivitasnya. Usia merupakan kecenderungan seseorang dalam berpikir dan membentuk kedewasaan. Umur juga mempengaruhi kematangan pemikiran seseorang dalam memilih atau menentukan pilihan. Umur merupakan salah karakteristik yang menunjukkan identitas responden. Berikut ini disajikan data mengenai kelompok umur yang merupakan pengambil keputusan pembelian produk tas dan sepatu Charles & Keith.

Tabel 2.1  
Identitas Responden Berdasarkan Umur

<b>Rentang Umur</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
<20	6	6
21-25	47	47
26-30	29	29
31-35	9	9
36-40	4	4
>40	5	5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.1 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah kisaran usia 21-25 tahun yaitu sebanyak 47 responden (47%). Responden yang berumur kisaran 26-30 tahun sebanyak 29 responden (29%). Kisaran umur 31-35 tahun sebanyak 9 responden (9%). Selanjutnya umur >40 tahun sebanyak 5 responden (5%). Terakhir yang paling sedikit jumlahnya adalah kelompok umur 36-40 tahun sebanyak 4 responden (4%).

### 2.2.3 Identitas Responden Menurut Status Perkawinan

Status marital atau status pribadi merupakan gambaran bagaimana responden dalam melakukan keputusan pembelian sepatu dan tas Charles & Keith dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 kuesioner, dapat diketahui mengenai status marital responden. Berikut datanya:

Tabel 2.2  
Identitas Responden Menurut Status Material

<b>Rentang Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Menikah	59	59
Belum menikah	41	41
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2017



Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa dominan pada status martial belum menikah sebanyak 59 atau 59%. Kemudian status matrial belum menikah sebanyak 41 atau 41%

#### **2.2.4 Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir**

Pendidikan adalah segenap bentuk pendidikan atau pelatihan yang diberikan secara terorganisasi dan berjenjang, baik yang bersifat umum maupun yang bersifat khusus. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendidikan formal terakhir yang telah diselesaikan responden hingga tamat pendidikan. Data mengenai pendidikan terakhir responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.3  
Identitas Responden Menurut Pendidikan

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase(%)</b>
SMA/Sederajat	51	51
Diploma/Akademi	14	14
Sarjana (S1)	35	35
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.3 tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 51 responden (51%) yang berpendidikan terakhir SMA/Sederajat Selanjutnya, sebanyak 35 responden (35%) berpendidikan terakhir Sarjana (S1), sebanyak 14 responden (14%) berpendidikan Diploma/Akademi.

#### **2.2.5. Identitas Responden Menurut Pekerjaan**

Pekerjaan merupakan profesi atau kegiatan yang dilakukan responden secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. Pekerjaan dapat mempengaruhi responden dalam memilih kebutuhannya. Data mengenai pekerjaan responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.4  
Identitas Responden Menurut Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase(%)</b>
Pelajar/Mahasiswa	30	30
PNS	6	6
Pegawai Swasta	51	51
Bidang Kesehatan	4	4
Ibu rumah tangga	3	3
TNI/POLRI	2	2
Sales Promotion Girls (SPG)	4	4
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.4 tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 42 responden (42%) merupakan pegawai swasta. Sebagian besar responden di dominasi oleh pegawai swasta.

### 2.2.6 Identitas Responden Menurut Tingkat penghasilan per Bulan

Penghasilan merupakan suatu proses, cara atau perbuatan yang dapat menghasilkan pendapatan. Tingkat penghasilan responden akan berpengaruh terhadap gaya hidup dan daya beli mereka terhadap suatu produk / jasa tertentu. Data mengenai tingkat penghasilan responden dapat ditunjukkan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2.5  
Identitas Responden Menurut Tingkat Penghasilan per Bulan

<b>Penghasilan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Rp.500.000-Rp.1.000.000	10	10
>Rp.1.000.000-Rp.1.500.000	7	7
>Rp.1.500.000-Rp.2.000.000	13	13
>Rp.2.000.000-Rp.2.500.000	20	20
>Rp.2.500.000	50	50
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.5 diatas bahwa mayoritas responden adalah yang memiliki penghasilan per bulan pada kisaran diatas Rp2.5000.000 sebanyak 50 orang responden (50%). Selanjutnya adalah responden dengan pendapatan per bulan pada kisaran Rp2.000.000-Rp2.500.000 sebanyak 20 orang responden (2%). Sementara responden dengan pendapatan per bulan pada kisaran Rp500.000 – Rp1.000.000 sebanyak 10 orang responden (10%). Terakhir yang paling sedikit responden dengan pendapatan per bulan pada kisaran diatas Rp1.000.000-Rp1.500.000 sebanyak 7 orang responden (7%). Berdasarkan tingkat penghasilan perbulan dapat di simpulkan bahwa peminat atau pembeli produk Charles & Keith berpengasilan >Rp.2.500.000 perbulan.