

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan wilayah yang besar dengan luas wilayah wilayah 1.904.569 km<sup>2</sup> dan jumlah pulau 17.499. Setiap pulau memiliki keindahan yang berbeda-beda, baik itu lautan hingga gunung sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat mulai menyukai hobi *travelling* khususnya kalangan milenial, baik keluar negeri atau hanya dalam negeri saja. Salah satunya hobi *adventure* atau petualang ke gunung-gunung yang ada di Indonesia, hobi berpetualang ke gunung atau *hiking* semakin populer dikalangan anak muda dan juga semakin banyak merek-merek perlengkapan *outdoor* baik produk lokal maupun produk luar.

Data dari Taman Nasional Gunung Gede-Pangrango (TNGGP) menunjukkan bahwa sebanyak 600 pengunjung per hari dan sebanyak 75 persen pendaki berusia 20-an tahun, rata-rata pendaki berasal dari Jakarta dan wilayah Jawa Barat, seperti Bandung dan Bogor. Mulai April sejak jalur pendakian dibuka pasca-pemulihan ekosistem hingga sekarang, jumlah total pendaki Gunung Gede mencapai 9.000 orang. *Hiking* mulai berkembang pesat mulai dari tahun 2012 semenjak adanya film 5 CM, sebelumnya pendaki hanya didominasi oleh kelompok mahasiswa pecinta alam.

Berkegiatan di alam bebas seperti gunung tentu saja harus memperhatikan keselamatan dan kenyamanan karena memiliki resiko yang tinggi, maka dari itu perlu adanya perencanaan yang baik, terutama perlengkapan dan peralatannya. Banyak perusahaan yang menawarkan merek, harga dan kualitas yang bagus untuk menunjang kegiatan *outdoor*. Beberapa perusahaan dengan merek yang sudah terkenal di Indonesia dalam industri peralatan dan perlengkapan *outdoor*, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Daftar merek peralatan *outdoor***

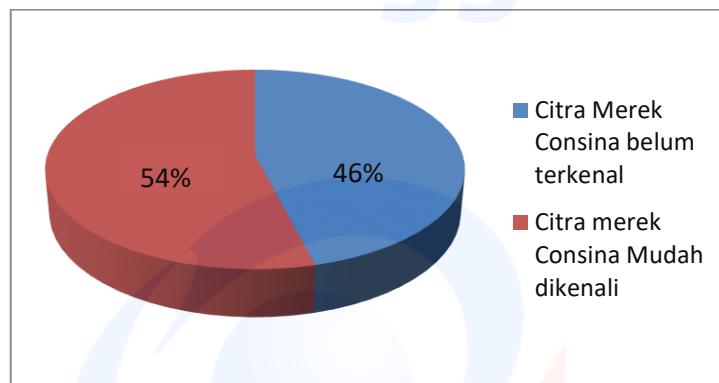
No.	Merek peralatan <i>outdoor</i>
1.	Eiger
2.	Consina
3.	Rei
4.	Deuter
5.	Oesprey
6.	Fjällräven
7.	Avtech

Sumber: Hanum Putri A (2019)

Dari tabel di atas merek yang paling terkenal adalah merek Eiger dengan dengan sebagai leader dalam industri produk *outdoor* di Indonesia. Kemudian diikuti oleh salah satu merek asli dalam negeri yaitu Consina yang nama perusahaannya PT. Consina Segara Alam sebagai produsen alat *outdoor* yang sudah cukup terkenal. pada peminat di yang menjadi leader dalam persaingan produk *outdoor* adalah Consina dari situs *Backpacker* Jakarta menjelaskan bahwa Consina memiliki harga dan kualitas bersaing. Tetapi menurut tabel diatas Eiger menjadi pemimpin Pasar. PT. Consina Segara Alam merupakan perusahaan garmen yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan untuk kegiatan mendaki

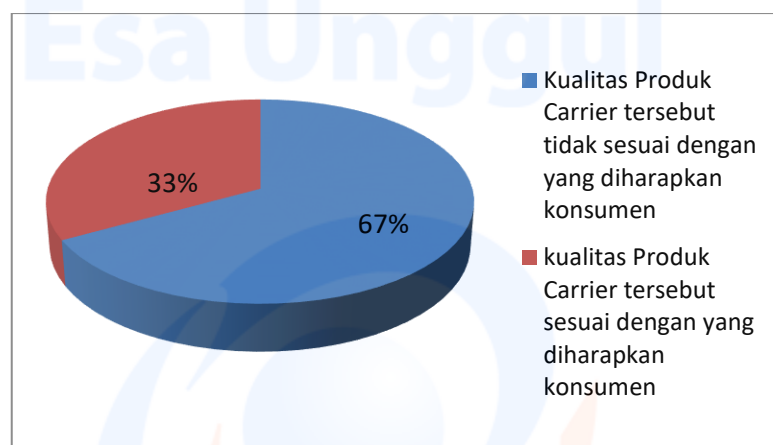
gunung atau kegiatan pecinta alam lainnya seperti *Trekking, Paragliding, Fishing, Diving, Caving, Rafting*, dan *Outbond*. Consina Segara Alam awalnya didirikan pada tahun 1999 di bawah kepemilikan Disyon Toba dan diresmikan pada tahun 2001, perusahaan ini didirikan pada awalnya untuk memenuhi kebutuhan tas-tas mendaki gunung.

Dalam penelitian ini, dilakukan *Pra Survey* sebanyak 30 responden pembeli dan pengguna Produk Consina yang ditemui di Wilayah Tangerang, untuk mengetahui permasalahan yang ada dalam mengetahui citra merek, kualitas produk dan harga pada produk Consina serta mengetahui keputusan untuk membeli dan menggunakan kembali Carrier Consina. Adapun hasil *Pra Survey* sebagai berikut :



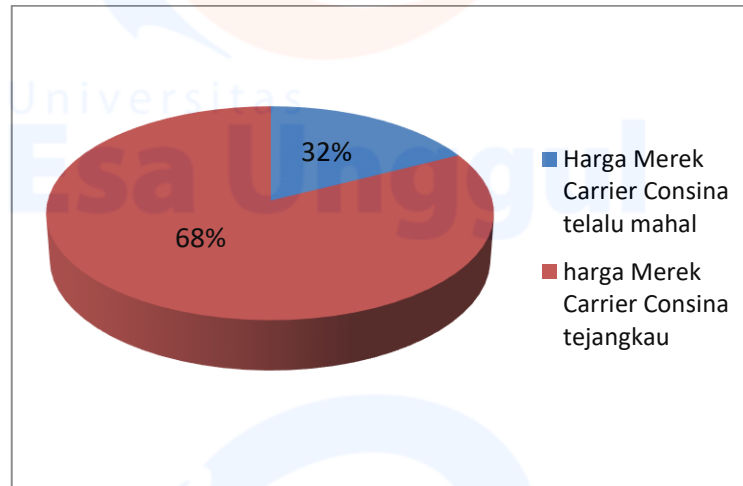
Sumber: Data Diolah oleh Penulis (2020)  
Gambar 1.1 Hasil *Pra Survey* Carrier Consina

Berdasarkan hasil *Pra Survey* dengan memberikan pertanyaan kepada 30 responden dimana sebanyak 54% (16 Orang) mengatakan bahwa merek Carrier Consina tersebut belum begitu terkenal, dan sebanyak 46% (14 Orang) mengatakan bahwa merek Carrier Consina tersebut mudah untuk dikenali.



Sumber: Data Diolah oleh Penulis (2020)  
Gambar 1.2 Hasil *Pra Survey* Carrier Consina

Berdasarkan hasil *Pra Survey* dengan memberikan pertanyaan kepada 30 responden dimana sebanyak 67% (20 Orang) mengatakan bahwa kualitas produk Carrier Consina tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan, dan sebanyak 33% (10 Orang) mengatakan bahwa kualitas produk Carrier Consina tersebut sesuai dengan yang diharapkan.



Sumber: Data Diolah oleh Penulis (2020)  
Gambar 1.3 Hasil *Pra Survey* Carrier Consina

Berdasarkan hasil *Pra Survey* dengan memberikan pertanyaan kepada 30 responden dimana sebanyak 68% (20 Orang) mengatakan bahwa harga Carrier Consina yang ditawarkan terlalu mahal, dan sebanyak 32% (10 Orang) mengatakan bahwa harga merek Carrier Consina yang ditawarkan dapat terjangkau.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* Consina di Jabodetabek. Saat ini produk *outdoor* menjadi unggulan bagi para pembisnis dalam usaha memenangkan persaingan dibidang peralatan *outdoor*, ini didasari oleh meningkatnya pengguna produk *outdoor* di Indonesia yang memudahkan para *supplier* untuk memasarkan dan mengembangkan lahan bisnisnya.

Dengan masyarakat sebagai konsumen dapat memilih barang yang diinginkan. Industri produk *outdoor* yang didukung dengan industri teknologi informasi sangat memberikan banyak manfaat bagi masyarakat *modern*, berbelanja bagi masyarakat sudah menjadi kebutuhan salah satu yang akan menjadi pilihan oleh setiap masyarakat di era *modern* saat ini. Dengan biaya yang murah akan menjadikan konsumen dapat memperoleh apa yang diinginkan, untuk melakukan pilihan terhadap berbagai merek produk *outdoor* yang ditawarkan. Setelah mengetahui hal diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil Judul : **”Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina”**.

## **1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Merek dari Consina tidak terkenal mengakibatkan konsumen banyak membeli merek yang lebih terkenal dibanding merek Consina.
2. Tidak puasnya konsumen terhadap kualitas produk Consina mengakibatkan konsumen lebih tertarik dengan produk merek lain.
3. Harga yang murah pada produk Consina mengakibatkan banyaknya pengguna produk Consina namun tidak sesuai dengan yang diharapkan.
4. Penyebab banyaknya pesaing merek dan kualitas produk yang beredar mengakibatkan harga menjadi salah satu penentu dalam keputusan pembelian.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Permasalahan yang dibahas dan diteliti dalam penelitian ini dibatasi hanya kepada variabel *Independen* dan *Dependen* yaitu citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Produk Consina di Tangerang.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Dari uraian dalam latar belakang di atas maka dapat dijadikan dasar untuk menyusun perumusan masalah dari kegiatan penelitian ini. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini dapat ditetapkan sebagai berikut:

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang?
4. Apakah Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang?
5. Apakah Citra Merek berpengaruh paling Dominan terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini atau berdasarkan pada perumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang.
2. Untuk Mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang.
3. Untuk Mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang.
4. Untuk Mengetahui apakah Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang.
5. Untuk Mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh paling Dominan terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang?

### **1.5. Manfaat atau Kegunaan Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat atau kegunaan pada banyak pihak, yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat ini berguna untuk mengetahui teori baru mengenai pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang sehingga dapat menambah wawasan baru mengenai variabel-variabel selanjutnya yang akan diteliti.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan mengenai cara meningkatkan Keputusan Pembelian bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bagi Penulis Untuk mendapatkan pengalaman langsung mengenai judul yang diteliti yakni pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Tangerang.

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti dengan judul yang sama dalam penelitian ini.