

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada saat ini mendaki gunung menjadi olahraga ekstrim yang diminati oleh masyarakat khususnya muda mudi, mendaki gunung adalah salah satu aktivitas perpaduan dari unsur olahraga dan wisata. Ketika mendaki akan dituntut untuk berjalan jauh sambil membawa beban yang berat dan menikmati indahnya alam selama perjalanan menuju puncak. Mendaki Gunung juga sebuah olahraga yang penuh dengan petualangan dan paling banyak menguras tenaga. Pendakian gunung bukan hanya kegiatan yang mengandung petualangan saja tetapi juga membutuhkan persiapan yang matang dalam menyiapkan fisik dan alat-alat sebagai penunjang dalam melakukan pendakian gunung, ini dilakukan karena dalam pendakian sering terjadi kecelakaan yang tidak terduga, karena pendaki kurang mempersiapkan fisik dan peralatan yang memadai dalam pendakian. Disisi lain seperti yang diketahui banyaknya masyarakat yang menyukai kegiatan mendaki khususnya muda mudi yang mempunyai ketertarikan lebih besar terhadap olahraga ekstrim khususnya mendaki gunung.

Alat pendakian gunung adalah peralatan yang digunakan untuk mendaki untuk mengurangi resiko pada saat melakukan pendakian. Semakin banyaknya orang yang menyukai olahraga mendaki membuat para perusahaan *outdoor* berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik di antara para pesaingnya dalam membuat peralatan pendakian gunung yang berguna dan mengurangi resiko dalam pendakian serta mempertahankan eksistensi perusahaan di pasar.

Merek adalah salah satu indikator konsumen memilih produk outdoor yang berkualitas. Beberapa brand produk alat pendakian gunung yang cukup diminati oleh konsumen yang dilihat dari segi harga, kualitas produk, promosi, pelayanan dan lokasi. Beberapa jenis produk alat gunung yang cukup dikenal dan diminati di Indonesia seperti Eiger, Consina, Avteck, Jack Wolfskin, Rei, dll. Dengan banyaknya pilihan produk alat pendakian gunung yang dihasilkan berbagai produsen maka semakin memudahkan konsumen dalam memilih produk yang diinginkan dalam melakukan pendakian.

Dalam persaingan dalam bidang produk alat gunung (*outdoor*) harga menjadi salah satu pilihan bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk, kualitas produk juga menjadi pedoman bagi konsumen dalam melakukan pembelian produk, dan lokasi yang mudah ditemukan juga mempengaruhi keputusan

pembelian. Produsen alat-alat gunung berlomba-lomba membuat produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Semakin ketatnya persaingan industri dalam produk alat gunung menjadikan merek-merek alat gunung semakin meningkatkan kualitas produknya.

Menurut Kotler & Keller (2009:67) menjelaskan bahwa harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga menjadi pilihan untuk konsumen membeli sebuah produk. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong, dalam Putri (2010:15) adalah mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Kualitas produk menjadi sebuah daya tarik bagi konsumen dalam membeli produk. Lokasi adalah Pengembangan pusat belanja juga didasari oleh konsep jangkauan barang. Dengan lokasi yang mudah ditemukan konsumen akan tertarik untuk membeli produk. Harga, kualitas produk dan lokasi sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk REI. Dari yang diketahui bahwa peralatan gunung sangat penting dalam melakukan pendakian, dengan adanya alat gunung maka semakin memudahkan pendaki untuk melakukan pendakian.

Alat-alat yang harus di miliki atau dibawa para pendaki adalah *cerrier* atau tas gunung (peralatan paling utama yang dibutuhkan untuk mendaki), jaket gunung (jaket gunung sudah dibuat khusus untuk menahan angin dan air ketika malam hari atau saat sudah berada di puncak), *trekking pole* atau tongkat (tongkat ini berfungsi untuk menjaga keseimbangan tubuh ketika turun atau naik gunung), sepatu dan sandal gunung (alas kaki yang digunakan saat mendaki gunung untuk melewati segala jalur yang ada di gunung untuk menjaga pergelangan kaki), tenda (menjadi peralatan penting sebagai tempat beristirahat dan menaruh barang), *sleeping bag* (merupakan kantung tidur yang digunakan untuk tidur sekaligus sebagai penghangat), dan alat masak (berguna untuk memasak di gunung dan mengisi tenaga).

Seperti yang diketahui diatas salah satu merek alat gunung yang cukup dikenal oleh masyarakat adalah REI. Merek REI adalah salah satu merek yang membuat produk berkualitas dengan harga yang terjangkau serta lokasi yang mudah di cari. Dalam hal ini merek REI bersaing dengan merek-merek lain dalam hal kualitas produk dan harga. Pada umumnya konsumen akan memilih kualitas produk yang bagus dan harga yang terjangkau. Persaingan dalam kualitas produk, harga dan lokasi merupakan indikator yang penting dalam mejual produk alat gunung. REI memberikan banyak pilihan produk sehingga menjadi daya tarik bagi masyarakat.

REI sebagai salah satu produk *outdoor* yang cukup diminati di Surabaya khususnya di Jln Manyar Surabaya menjadi salah satu retail yang sering dikunjungi oleh konsumen dalam membeli peralatan gunung. Merek REI dianggap menjadi pesaing yang cukup kompeten dalam persaingan industri *retail outdoor*.

Berdasarkan uraian di atas saya tertarik dan mengangkat sebuah judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Alat Pendakian Gunung Merek REI (Studi Kasus Pada Pengguna Alat Gunung Merek REI)”**. Saya mengambil judul ini karena persaingan yang terjadi pada sektor peralatan naik gunung dan para konsumen mencari barang dengan kualitas produk dan harga yang terjangkau. Karena harga, kualitas produk, dan lokasi adalah variable yang memengaruhi konsumen dapat membeli produk alat gunung.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat pendakian gunung merek REI di Surabaya?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat pendakian gunung merek REI di Surabaya?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat pendakian gunung merek REI di Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian alat pendakian gunung merek REI di Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat pendakian gunung Merek REI di Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian alat pendakian gunung Merek REI di Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas maka penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut

### **a. Secara Teoritis**

#### **A. Bagi Peneliti**

Dapat digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan wawasan dan menambah pengetahuan serta dalam menerapkan teori-teori yang

diperoleh diperkuliahan khususnya yang berhubungan harga, produk, dan lokasi keputusan pembelian konsumen produk alat gunung merek REI.

**B. Bagi Peneliti Lain**

Sebagai bahan kajian pustaka atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan topik maupun obyek yang sama pada masa mendatang.

**b. Secara Praktis**

**A. Bagi Masyarakat**

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat guna mengetahui masalah obyek yang di teliti.

**B. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi produk dengan merek REI di Surabaya agar mengevaluasi strategi pemasaran perusahaan yang selama ini di jalankan, yang berhubungan dengan produk, harga, dan lokasi.

**1.5 Sistematika Penelitian**

Secara garis besar pembahasan dalam skripsi ini dibagi dalam lima bab, yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa subbab. Secara sistematis penulisannya sebagai berikut:

**a. BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini peneliti akan membahas dan menguraikan empat subbab yang terdiri dari latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

**b. BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini peneliti akan membahas dan menguraikan lima subbab yang terdiri dari hasil penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka dasar pemikiran, hipotesis dan definisi konsep dan definisi operasional.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti akan membahas dan menguraikan lima subbab yang terdiri dari rancangan penelitian, subjek penelitian, pengukuran dan instrumen penelitian, pengumpulan data dan analisis data.

**d. BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini peneliti akan membahas dan menguraikan tiga subbab yang terdiri dari penyajian data, analisis dan pembahasan.

**e. BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti akan membahas dan menguraikan dua subbab yang terdiri dari kesimpulan dan rekomendasi.