

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan di luar ruangan (*outdoor*) semakin banyak diminati karena banyak manfaatnya, antara lain untuk menghilangkan penat karena kesibukan sehari-hari, menikmati pemandangan alam, dan juga banyak digunakan untuk sarana pendidikan dan pembentukan tim. Kegiatan *outdoor* Menurut *studoku.com* adalah aktivitas yang dilakukan di luar ruangan bahkan mungkin harus jauh dengan pemukiman. Contoh dari kegiatan *outdoor* antara lain jalan kaki, *camping*, memanjat tebing, mendaki gunung, atau kegiatan yang bersifat petualangan (*advanture*) dan menantang lainnya.

Untuk mendukung kegiatan *outdoor* tersebut diperlukan perlengkapan pendukung yang khusus seperti sepatu, jaket, tas, *carrier*; dan masih banyak lagi. Berbagai merek produk pendukung kegiatan *outdoor* di Indonesia banyak di pasaran, yang menawarkan kualitas dan harga yang menarik bagi konsumen. Beberapa merek yang sudah terkenal di Indonesia dalam industri penyedia alat *outdoor* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Merek Peralatan *Outdoor* Terbaik di Indonesia

No.	Merek
1	Eiger
2	Consina
3	Cozzmet
4	Claw
5	Avtech
6	Gravell

Sumber: Ruangpendaki.com

Seperti yang terlihat pada tabel di atas Eiger merupakan salah satu merek yang paling terkenal di kalangan masyarakat dan sekaligus menjadi *leader* dalam industri produk *outdoor* di Indonesia, kemudian diikuti oleh merek asli dalam negeri yaitu Consina, sebagai produsen peralatan *outdoor* yang sudah cukup terkenal. Namun menurut situs *BackpackerIndonesia.com*, produk *outdoor* yang paling banyak diminati di Indonesia adalah Consina. Menurut situs tersebut menjelaskan bahwa Consina memiliki peminat yang sangat tinggi karena harga dan kualitas di setiap produknya.

Tabel 1. 2 Merek Produk *outdoor* yang banyak diminati di Indonesia

No	Merek
1	Consina
2	Arei
3	Eiger
4	Deuter
5	Karrimor
6	Avtech

Sumber: backpackerIndonesia.com

Consina sendiri menyediakan berbagai peralatan seperti tas, *carrier*, baju, tenda, dan berbagai peralatan *outdoor*. Merek Consina bukan hanya menarik minat masyarakat luas, namun Consina juga menarik berbagai kalangan seperti mahasiswa di Yogyakarta terlebih untuk mahasiswa yang masuk ke dalam organisasi pecinta alam di Yogyakarta, khususnya produk *carrier*. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, banyak mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta yang menggunakan produk Consina, hal tersebut dikarenakan *carrier* Consina memiliki ketahanan yang baik sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang lebih lama. Besarnya komunitas mahasiswa pecinta

alam di Yogyakarta menarik untuk diteliti terkait pengambilan keputusan untuk mereka dalam membeli produk *carrier* Consina.

Menurut Kotler & Amstrong (2016) keputusan pembelian konsumen berkaitan dengan pembelian merek yang paling populer atau disukai. Sementara Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses keputusan konsumen yang dihasilkan dari semua pengalaman mereka dalam mempelajari, memilih, menggunakan, dan bahkan mengeluarkan suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi untuk membeli produk tersebut.

Menurut Kotler & Amstrong (2016) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Sedangkan Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa citra merek adalah persepsi konsumen terhadap merek sebagai cerminan asosiasi dalam benak konsumen. Citra merek adalah asosiasi yang terbentuk di benak konsumen ketika mereka mengingat merek tertentu. Asosiasi dapat berupa pemikiran dan citra dengan merek tertentu.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gazali dkk. (2021) dan Salatun & Layoo (2017) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* namun menurut Pasaribu dkk. (2022) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *outdoor*. Hendrawan & Satrio (2020) dan Abror dkk. (2021) menemukan hasil penelitian bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* sedangkan Fadilah dkk. (2019) menyatakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *outdoor*. Penelitian Anam dkk. (2022) dan Salatun & Layoo (2017) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* sedangkan Rohman & Suyanto (2023) menemukan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *outdoor*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian produk *carrier* Consina pada mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *carrier* Consina pada mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *carrier* Consina pada mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta?
3. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *carrier* Consina pada mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

1. Dalam penelitian ini ada 3 variabel independen yaitu variabel kualitas produk, harga, dan citra merek. Variabel dependen adalah keputusan pembelian.
2. Responden penelitian ini adalah mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta yang pernah membeli dan menggunakan produk *carrier* Consina.
3. Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2023.

D. Tujuan penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *carrier* Consina pada mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *carrier* Consina pada mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *carrier* Consina pada mahasiswa pecinta alam di Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Digunakan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama masa kuliah, sehingga dapat memberikan wawasan tentang penelitian di bidang pemasaran.

2. Bagi STIM YKPN

Dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pembelajaran bagi mahasiswa khususnya yang tertarik di bidang pemasaran.

3. Bagi perusahaan

Menjadi bahan masukan yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan, terkait dengan kualitas produk, harga, dan citra merek.