

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Era sekarang terdapat berbagai macam hobi yang diminati masyarakat Indonesia. Untuk setiap kegiatan atau hobi tersebut memiliki instrument penunjang hobi tersebut, tidak terkecuali untuk hobi adventure atau petualangan seperti mendaki gunung, berkemah, panjat tebing dan lainnya.

Indonesia memiliki tempat yang sangat indah dan menarik bagi para pendaki. Gunung yang memiliki pemandangan indah Gunung Rinjani, Gunung Semeru, Gunung Prau, Gunung Merbabu, Gunung Gede pangrango, Gunung Papandayan, Gunung Bromo, Gunung Ijen, Gunung Kalimutu, Gunung Patuha (*10 Gunung Terindah*, n.d.)

Jawa Timur merupakan nomer dua yang mempunyai Gunung dengan pemandangan terindah dan favorit di Indonesia yaitu Gn. Semeru. Gunung Semeru terdapat di, Lumajang, Jawa timur. Para pendaki tidak hanya dari daerah Lumajang saja tetapi dari daerah lainnya juga termasuk dari daerah Kediri. Kediri juga memiliki Gunung yaitu Gunung Kelud di Wates. Gunung Kelud ini cukup populer untuk para pendaki sebagai gunung dengan track perjalanan yang mudah sehingga bisa menggunakan kendaraan beroda dua untuk mencapai summit (puncak). Walaupun cukup terkenal dengan track yang mudah, banyak juga pendaki yang ingin menikmati keindahan gunung Kelud dengan cara mendaki dan bermalam di summit (puncak). Para pendaki di Kelud juga tidak hanya dari Kota Kediri saja tetapi dari daerah lainnya, termasuk dari daerah Kab.Kediri salah satunya Pare.

Dalam prakteknya para pemilik hobi Outdoor memiliki kebutuhan yang khusus, peralatan outdoor sekarang ini tidak hanya untuk para pecinta alam namun juga dapat digunakan untuk melakukan aktifitas sehari-hari. Dewasa ini banyak bermunculan berbagai produsen peralatan outdoor yang menawarkan berbagai manfaat, kelebihan, keunikan, yang memengaruhi persepsi konsumen untuk bebas memilih. Beberapa Merk yang terkenal di Indonesia seperti Eiger, Consina, Avtech pun menawarkan berbagai peralatan outdoor dan produk keseharian lainnya

Toko Outdoor jarang ditemui, karena toko outdoor bukan toko yang menjual barang atau pakaian untuk sehari-hari, walaupun terdapat beberapa barang bisa dipakai untuk sehari-hari contoh baju, daypack, topi, dan jaket. Di Pare terdapat toko Outdoor terlama yang berada di Desa Mangunreo Pare toko outdoor tersebut adalah *Adventure Outdoor*, *Kaki Indonesia Advanture*, *Mahapena Adventure Store*. Sasaran konsumen toko outdoor ini tidak hanya para pecinta hobi outdoor tetapi masyarakat biasa. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan observasi awal di tiga objek toko tersebut. Dari observasi pada bulan Maret - April 2021 Awal penulis menemukan beberapa perbedaan pada ketiga obyek toko outdoor ini. Secara ringkas perbedaan ketiga objek toko outdoor yang diobservasi penulis sebagai berikut:

**Tabel 1.1****Perbedaan Artventure Outdoor, Kaki Indonesia Advanture, Mahapena Advanture Store**

<b>Keterangan</b>	<b>Artventure Outdoor</b>	<b>Kaki Indonesia Advanture</b>	<b>Mahapena Advanture</b>
<b>Produk</b>	1. Tas Gunung 2. Sandal Gunung 3. Sepatu Gunung 4. Sleepig bag 5. Tenda 6. Jaket 7. Kaos 8. Matras 9. Hammock 10. Kompor 11. Senter 12. Sarung tangan 13. Cooking set 14. Menjual beberapa merk outdoor 15. Menyediakan Rental produk	1. Tas Gunung 2. Sepatu Gunung 3. Sleepig bag 4. Tenda 5. Jaket 6. Kaos 7. Matras 8. Hammock 9. Kompor 10. Cooking set 11. Senter 12. Sarung tangan 13. Menjual beberapa Merk ourdoor 14. Menyediakan Rental produk	1. Tas Gunung 2. Tas Ransel 3. Tas Daily 4. Sandal Gunung 5. Sepatu Gunung 6. Sleepig bag 7. Tenda 8. Topi 9. Jaket 10. Kaos 11. Jam Tangan 12. Kaos Kaki 13. Celana 14. Matras 15. Hammock 16. Kompor 17. Cooking set 18. Menyediakan beragam macam merk outdoor 19. Menyediakan rental produk
<b>Harga</b>	Rp.35.000 – 4.000.000	Rp.30.000 -4.000.000	Rp.35.000 – 4.000.000
<b>Lokasi</b>	1. Jl. Anyelir No.24, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare,	1. Jl. Aster No.8, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kediri, Jawa Timur 64212	1. Jl. Brawijaya No.117, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare,

	<p>Kediri, Jawa Timur 64212</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Toko berada didaerah kampung Lembaga Kampung Inggis</li> <li>3. Terdapat tempat parkir yang luas</li> <li>4. Terdapat Papan nama yang melekat dengan Gedung</li> <li>5. Terdapat Etalase Produk yang terletak didepan toko</li> </ol>	<p>Kediri, Jawa Timur 64212</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Toko berada didaerah kampung Lembaga Kampung Inggis</li> <li>3. Terdapat Papan nama yang melekat dengan Gedung</li> <li>4. Terdapat Etalase Produk yang terletak didepan toko</li> </ol>	<p>Kediri, Jawa Timur 64212</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Toko berada didaerah kampung Lembaga Kampung Inggis</li> <li>3. Terdapat tempat parkir yang sempit</li> <li>4. Terdapat Papan nama yang melekat dengan Gedung</li> <li>5. Terdapat Etalase Produk yang terletak didepan toko</li> </ol>
<b>Promosi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui media social instgram,facebook</li> <li>2. Marketplace</li> <li>3. spanduk, banner</li> <li>4. mengadakan diskon secara berkala</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui media social instgram,facebook</li> <li>2. Marketplace</li> <li>3. spanduk, banner</li> <li>4. mengadakan diskon secara berkala</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui media social instgram,facebook</li> <li>2. Marketplace</li> <li>3. spanduk, banner</li> <li>4. mengadakan Diskon Secara berkala</li> <li>5. Endorsment</li> </ol>
<b>Tahun</b>	Mei 2017	September 2017	Juni 2016

*Sumber: Observasi, di masing-masing objek Toko Outdoor, 11 Maret–7 april 2021.*

Pada Tabel di atas menunjukkan bahwa Mahapena Adventure memiliki Produk yang lebih banyak dibandingkan dengan Artventure Outdoor maupun Kaki Indonesia. Selain Produk, kelebihan dari Mahapena Outdoor adalah cara mempromosikan toko dengan cara Endorsment toko tersebut. Berbeda dengan Artventure Ourdoor dan Kaki Indoneia, Mahapena memberi banyak produk yang dibutuhkan oleh pendaki dan juga menyediakan berbagai macam merk

outdoor sehingga para konsumen bisa lebih memilih dalam membeli. Dari penjelasan tabel ini maka dapat di simpulkan bahwa Mahapena Advanture lebih unggul daripada Artventuure dan Kaki Indonesia.

Mahapena advanture merupakan salah satu toko yang telah lama buka di kediri tepatnya di Jl. Brawijaya No. 117, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kediri, toko ini berbeda dengan toko yang lainnya. Toko ini menyediakan berbagai macam produk yang lengkap. Perkiraan rata-rata pengunjung perhari di Mahapena Adventure dibandingkan dengan toko lain ditunjukkan oleh tabel 1.2 berikut:

**Tabel 1.2**  
**Rata – Rata Pengunjung Perhari di Artventure Outdoor, KAKI INDONESIA, dan MAHAPENA ADVANTURE**

No	Nama Toko	Jumlah
1.	Artventure outdoor	$\pm 10$ orang pe
2	Kaki indonesia	$\pm 10$ orang
3.	Mahapena advanture	$\pm 15$ orang

*Sumber: wawancara dengan pengelola toko, 11 Maret 2021*

Berdasarkan tabel di atas bahwa rata-rata pengunjung perhari di Mahapena Outdoor lebih banyak daripada Artventure outdoor maupun Kaki Indonesia. Rata – rata pengunjung di Mahapena Outdoor bisa mencapai  $\pm 20$  orang perhari. Sedangkan di Artventuure Outdoor rata – rata pengunjung hanya  $\pm 15$  orang perhari. Rata – rata pengunjung di kaki Indonesia paling sedikit dari pada Artventure outdoor dan Mahapena Outdoor. Rata – rata pengunjung di Kaki Indonesia hanya mencapai  $\pm 10$  orang perhari. Dari penjelasan tabel ini dapat disimpulkan bahwa pengunjung lebih banyak Mahapena Outdoor daripada Artventure dan Kaki Indonesia .

Schiffman dan Kanuk berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan ketika seseorang memutuskan memilih satu pilihan dari berbagai pilihan yang ada.<sup>1</sup> Sebelum pengambilan keputusan pembelian, seorang konsumen melewati beberapa tahapan. Menurut Kotler, ada lima tahapan yang dilewati konsumen sebelum membeli/menggunakan jasa.

Beberapa unsur bauran pemasaran menjadi alasan pengunjung mengambil keputusan pembelian Mahapena outdoor sebagai tempat membeli produk yang di inginkan. Observasi awal ini dilakukan kepada 28 pengunjung dan hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Alasan Pengunjung Memilih Mahapena Outdoor**

<b>Faktor Pembeli</b>	<b>Responden</b>
Harga	3
Produk	17
Lokasi	1
Promo	7
	28

*Sumber: Observasi, di Mahapena Outdoor 11 Maret 2021*

Dari data diatas menunjukkan dari 28 pengunjung terdapat 1 pengunjung memilih berbelanja di Mahapena outdoor karena factor lokasi. Mereka mengatakan bahwa lokasi Mahapena Outdoor strategis karna berada dipinggir jalan sehingga mudah ditemukan. Selain lokasi, terdapat 3 pembeli memilih faktor harga menjadi alasan pengunjung memilih Mahapena Outdoor karena harga sedikit murah dari yang lain. Selain itu, sebanyak 7 pembeli memilih Mahapena Outdoor karena alasan Promosi. pembeli mengetahui Mahapena Outdoor setelah melihat unggahan di Instagram, e-commerce dan endorsement. Sedangkan paling banyak pegunjung memilih produk sebagai alasan mengunjungi Mahapena Outdoor karena terdapat

---

<sup>1</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 120

banyak pilihan dan produk sesuai dengan kebutuhan. Terdapat beberapa produk yang ada di Mahapena. Hal ini telah menjadi kebijaksanaan pemasaran perusahaan dengan harapan produk yang dipasarkan dapat menembus pasar, serta mampu meraih pangsa pasar yang luas. Ada beberapa produk yang ditawarkan di Mahapena Outdoor untuk mengetahui minat produk atau kebutuhan masyarakat. Observasi awal ini dilakukan kepada 17 pengunjung dan hasilnya sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Alasan Pengunjung Memilih Produk Mahapena Outdoor**

<b>Produk</b>	<b>Responden</b>
Tas	4
Sepatu	3
Jaket	2
Tenda	1
Matras	2
Kaos	3
Mattras,hammock	2
Cooking set	0
Kompore, Senter	0
<b>Jumlah</b>	<b>17</b>

*Sumber: Observasi, di Mahapena Outdoor 11 Maret 2021*

Dari data diatas menunjukkan dari 17 pengunjung terdapat 4 pengunjung memilih produk Tas sebagai faktor membeli. Tas sendiri menjadi salah satu instrument penting bagi para pecinta alam bebas maupun masyarakat untuk digunakan sehari-hari. Terdapat berbagai merk tas yang ditawarkan oleh mahapena outdoor, untuk mengetahui Merk apa yang diminati oleh konsumen peneliti melakukan observasi.

. Observasi awal ini dilakukan kepada 57 pengunjung dan hasilnya berikut :

**Tabel 1.5**

### Merk Produk Mahapena Outdoor

No	Merk outdoor	Pengunjung
1	Eiger	28
2	Yamitala	11
3	Cozmeed	0
4	Consina	18
5	The North face	0
		57

*Sumber: observasi di Mahapena Outdoor 11 Maret 2021*

Berdasarkan table 1.5 dapat disimpulkan bahwa dari 57 pengunjung terdapat 28 pengunjung memilih Merk Eiger. Merk Eiger sendiri adalah Produk Lokal yang sudah mempunyai puluhan cabang di Indonesia dan puluhan reseller di Indonesia juga.<sup>2</sup> Dari wawancara dengan pemilik toko Mahapena bahwa Tas Eiger yang ada di toko Mahapena Original, pemilik toko mengambil dari Toko Pusat Eiger.

Kotler dan Keller mengartikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan. Promosi merupakan bagian penting dari bauran pemasaran. Fungsi dari promosi ialah sebagai alat para produsen untuk memengaruhi konsumen keinginan. Melalui promosi, konsumen akan merasa diingatkan dengan merk/nama produk yang dipasarkan perusahaan.<sup>3</sup>

Dilihat dari latar belakang yang telah diuraikan maka penulis mengangkat judul **“PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS MERK EIGER (Studi Pada Toko Outdoor Mahapena Desa Kampung Inggris Kec. Pelem Kab. Kediri).”**

---

<sup>2</sup> [Google.com/amp/s/daerah.sidonews.com/artikel/10624](https://www.google.com/amp/s/daerah.sidonews.com/artikel/10624)

<sup>3</sup> Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. “Marketing Management”, Pearson Education Limited, England, 2012.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana Produk di Mahapena Outdoor?
2. Bagaimana promosi di Mahapena Outdoor?
3. Bagaimana keputusan pembelian di Mahapena Outdoor?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Tas di Mahapena Outdoor?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tas di Mahapena outdoor?
6. Bagaimana pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembeli tas Mahapena Outdoor?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan penulis dengan tujuan untuk:

1. Mengetahui produk di Mahapena Outdoor.
2. Mengetahui promosi Mmahapena Outdoor.
3. Mengetahui keputusan pembelian Mahapena di Outdoor.
4. Mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Mahapena Outdoor.
5. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Mahapena Oudoor.
6. Mengetahui pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian tas di Mahapena outdoor.

## **D. Manfaat penelitian**

1. Manfaat akademik
  - a. Sebagai tambahan litelatur studi pengembangan ekonomi islam di IAIN Kediri.
  - b. Sebagai bahan litelatur ilmiah.
2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai informasi masyarakat umum, khususnya kabupaten kediri tentang usaha peralatan outdoor.
- b. Sebagai informasi kepada apemilik usaha tentang indicator keputusan pembelian.
- c. Sebagai salah satu bahan untuk melihat fenomena penjualan peralatan outdoor.
- d. Sebagai bahan evaluasi bagi pemilik usaha terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen.

## **E. Telaah Pustaka**

Beberapa litelatur yang penulis temukan untuk mendukung penelitian ini. Beberapa penelitian diantaranya ialah:

1. Hasil dari penelitian Tengku Elvi Zahara dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS MEREK EIGER PADA UNIT KEGIATAN MAHASISWAPRAMUKA DI UNIVERSITAS SUMATERA UTARA”. Peneliti menggunakan Teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi signifikan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan metode kuantitatif dan variable Y yang menggunakan keputusan pembelian. Adapun perbedaan penelitian Elvi Zahara terletak pada Penggunaan 3 variabel, yaitu Produk, Harga dan Promosi. Sedangkan penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel X yaitu Faktor Produk dan factor promosi.

2. Hasil dari penelitian Hendra Septiawan dengan judul “Pengaruh Antara Kualitas Produk, Promosi Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Store Tembalang Yang Berada Di Jl. Setia Budi No.58, Sronol Kulon, Banyumanik Kota Semarang”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis regresi, populasi penelitian ini diambil dari konsumen eiger semarang. Terdapat 96 responden sebagai sample dengan Teknik

purposive sampling. Hasil dari penelitian terdapat Pengaruh positif antara Variabel X dan Y.

Persamaan dengan peneliti terdahulu adalah menggunakan metode kuantitatif dan variable Y menggunakan Keputusan pembelian. Perbedaan peneliti Hendra Setiawan adalah pada variable X. peneliti menggunakan 3 variabel X yaitu kualitas produk, promosi dan sikap. Sedangkan penulis menggunakan 2 variabel x yaitu factor produk dan factor promosi.

3. Hasil dari penelitian Muhamad Iqbal wahyudi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Eiger Store Purwokerto)” Penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian kuantitatif. Rata-rata pengunjung yang melakukan transaksi dalam satu bulan sebanyak 1410 orang adalah populasi dalam penelitian ini. Sedangkan pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan jumlah 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik random sampling. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai model analisis. Hasil dari penelitian ini, berdasarkan Uji F bahwa variable X berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). kesimpulannya bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian. Gaya Hidup terdapat pengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan dengan penelitian Bakti Setiawati terletak pada penggunaan populasi dengan 1410 orang sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan populasi tak terhingga.

4. Hasil penelitian dari Afdahal Anan Arifin dengan judul “PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA PADA PT. SURACOJAYA ABADIMOTOR CAB. ANTANG” Penelitian ini dilakukan dengan metode asosiatif. Populasi penelitian sebanyak 113 konsumen dan pengambilan sampel berdasarkan rumus slovin taraf 10% sebanyak 100 konsumen. Metode untuk pengumpulan data adalah menggunakan angket dengan skala likert. Uji persyaratan analisis menggunakan uji R Square, Uji f dan Uji t. metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Terdapat hubungan positif disetiap variable.
5. Hasil dari penelitian dari Siti Nurma Rosmitha yang berjudul “*Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan berdasarkan hasil pengujian bahwa harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian kartu paket internet Pada variabel kualitas produk ( $X_3$ ) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu paket internet. Koefisien kolerasinya sebesar 0,289 atau 28,9%.

Persamaan penelitian ini adlah menggunakan metode kuantitatif. dan variable Y yang menggunakan keputusan pembelian. Adapun perbedaan penelitian Siti Nurma Rosmitha terletak pada Penggunaan 1 variabel X yaitu Promosi. Sedangkan penelitian ini menggunakan 2 variabel X yang sama yaitu Faktor Produk dan Faktor Harga.

## **F. Hipotesis Penelitian**

1. Ha: Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian tas Merk Eiger di Mahapena outdoor

2. Ho: Tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian tas Merk Eiger di Mahapena outdoor
3. Ha: Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tas Merk Eiger di Mahapena outdoor
4. Ho: Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tas Merk Eiger di Mahapena outdoor
5. Ha: Terdapat pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian tas Merk Eiger di Mahapena outdoor
6. Ho: Tidak terdapat pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian tas Merk Eiger di Mahapena outdoor.