

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

PT Eigerindo Multi Produk Industri merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi produk asli Indonesia dengan menaungi beberapa brand dimana salah satu Brandnya adalah Eiger. Eiger merupakan produk asli buatan Indonesia yang memiliki kualitas yang sangat baik serta memiliki daya saing tinggi di pasaran dan berfokus dalam memenuhi berbagai kebutuhan perlengkapan dan peralatan bagi gaya hidup para penggiat alam terbuka di iklim tropis.

Nama brand Eiger sendiri terinspirasi dari gunung Eiger dengan ketinggian 3.970 mdpl dan menjadi “Gunung tersulit didaki” ke-3 di dunia yang terletak di Bernese Alps, Swiss. Kini, EIGER menyediakan tiga kategori produk utama dan satu perlengkapan tambahan (*Equipment*) yaitu *Mountaineering* yang berfokus pada kegiatan pendakian Gunung, *Riding* yang berfokus pada ekspedisi sepeda motor dan *Authentic 1989* yang terinspirasi dari model dan gaya klasik para pecinta kegiatan petualangan alam terbuka yang diimplementasikan dalam desain *casual and stylish*. Selain ketiga produk utama tersebut Eiger juga menyediakan produk perlengkapan tambahan (*Equipment*) berupa *Dry bag*, *Sleeping Bag* dan sejenisnya dalam penunjang kegiatan Outdoor (Eigerindo.co.id)

Berdasarkan perkembangan sejarahnya, Eiger didirikan oleh Ronny Lukito di tahun 1997 dengan pabrik pertamanya berada di Jalan Cihampelas, Bandung serta dalam proses pengembangan dan peningkatan kualitas produknya di tahun 2002 EIGER melaksanakan ekspedisi Gunung Eiger sebagai salah satu proses pembuktian atas kualitas serta keunggulan produk-produknya melalui riset, pengembangan dan *product-testing* di berbagai medan di belahan dunia, selanjutnya di tahun 2006 Eiger juga melakukan perjalanan sepeda motor mengelilingi dunia Bersama Jeffrey Polnaja serta di tahun 2008 Eiger melakukan penanaman 1000 bibit pohon di Gunung Kareumbi sebagai bentuk kepedulian Eiger terhadap lingkungan.

Di tahun 2009 Eiger menjadi salah satu sponsor “*The Indonesia 7 Summits Expedition*” sebagai sponsor dengan perlengkapan kualitas terbaik dalam pendampingan tim *Eiger*

*Adventure Service Team (EAST)* dan tahun 2016 Eiger mempromosikan tanah Indonesia sebagai identitas dari negara tropis serta melakukan terobosan terbaik di dalam petualangan di daerah tropis dengan berbagai fitur terbaik yang telah disesuaikan dan di tahun 2019 Eiger memperoleh penghargaan IGDS (*Indonesia Good Design Selection*) yang diselenggarakan oleh Kementerian Perindustrian untuk seri keba dari koleksi Eiger yang Bernama Black Borneo. Sejalan dengan sejarah perkembangannya Eiger memiliki visi dan misi yaitu:

1 Visi

“Menjadi perusahaan yang memberkati di dalam gaya hidup”

2 Misi

“Dengan semangat terhadap keberlanjutan, kami menyajikan kepuasan yang penuh pengalaman bagi pelanggan dalam bisnis gaya hidup.”

Dapat dilihat dari penjelasan sebelumnya, bahwa Eiger dari awal berdirinya di tahun 1997 hingga saat ini (kurang lebih 26 tahun) Eiger terus eksis di dunia perlengkapan kebutuhan penggiat alam hingga sekarang hal tersebut membuktikan bahwa produk Eiger memiliki kualitas yang sangat baik dan dapat bersaing dengan brand-brand baru dibidang yang sama, selain itu Eiger juga terus berupaya senantiasa menjaga kualitas produknya serta terus mengembangkan berbagai jenis macam produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu yang mana hal tersebut dibuktikan dengan jumlah outletnya yang telah mencapai 209 Outlet yang tersebar di seluruh Indonesia dan terus bertambah di setiap tahunnya (Eigeradventure.com)

### 1.1.2 Logo Perusahaan



**Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Eiger**

Sumber: Eigerindo.co.id

Adapun arti dari logo Eiger tersebut yaitu:

1. Warna Orange

Dalam psikologi warna, Orange merupakan warna petualang, menggambarkan suasana hati yang bebas, ceria, dan hangat. Orange merupakan warna yang menguatkan dan memberi semangat di saat masa susah, menyembuhkan kepiluan, dan menghapus kekecewaan. Orange juga merupakan warna optimistik yang selalu bisa mencari jalan keluar dari berbagai masalah.

2. Warna Putih

Putih dikenal sebagai warna suci, sebagai pelambang hati para pendaki yang mendaki dengan ketulusan hati. Putih juga merupakan warna awan, dan salju yang berada di atas puncak bukit tertinggi, yang merupakan tujuan utama para pendaki yang melakukan perjalanan berat dan jauh.

3. Warna Abu-abu

Dan abu-abu adalah warna tenang yang merupakan gambaran dari jiwa petualang yang melakukan pendakian dengan hati dan perasaan yang tenang. Abu-abu adalah warna kekompakan, kebersamaan, bertanggung-jawab, kedewasaan, dan harmoni, yang menggambarkan kebersamaan para petualang dalam melakukan perjalanan bersama-sama, serta hidup harmoni dengan alam sekitar.

### 1.1.3 Produk Perusahaan

Eiger memiliki tiga kategori produk utama, yaitu *Mountaineering*, *Riding*, *Authentic* 1989 dan Perlengkapan tambahan (*Equipment*) Dimana kategori tersebut sebagai berikut:

a. *EIGER Mountaineering*

Merupakan kategori yang terdiri dari rangkaian produk yang berorientasi pada kegiatan pendakian gunung. Pakaian, aksesoris, hingga perlengkapan naik gunung berkualitas, dirancang sesuai kebutuhan pengguna dalam berkegiatan luar ruang di iklim tropis.



**Gambar 1. 2 Tampilan Jenis Produk Eiger *Mountaineering***

Sumber : Eigeradventure.com

*b. EIGER Riding*

Eiger *Riding* merupakan kategori dari rangkaian produk yang berfokus pada kegiatan penjelajahan sepeda motor dengan menyediakan Produk Pakaian, Tas, Sepatu, hingga aksesoris berkualitas dirancang bukan hanya sebagai pendukung kebutuhan pengendara namun juga memberikan kenyamanan selama berkendara.



**Gambar 1. 3 Tampilan Jenis Produk Eiger *Riding***

Sumber: Eigeradventure.com

*c. Eiger Authentic 1989*

Merupakan kategori Eiger yang menyediakan produk dengan inspirasi dari gaya klasik para pecinta kegiatan petualangan alam terbuka yang di implementasikan kedalam bentuk desain yang *Casual* dan *stylish* yang terdiri dari Pakaian, Tas, Sepatu, hingga Aksesoris berkualitas yang dirancang sesuai lifestyle dan aktivitas di iklim tropis.



**Gambar 1. 4 Tampilan Jenis Produk Eiger *Authentic 1989***

Sumber: Eigeradventure.com

d. *Equipment* ( Perlengkapan)

Perlengkapan EIGER dirancang khusus untuk melengkapi kegiatan luar ruang seperti *Hiking, Trekking, Climbing, Riding* sampai *Traveling*. Perlengkapan *camping* seperti tenda, *Sleeping Bag, Dry Bag, Water Storage* sampai *Cooking Set* tersedia dengan berbagai warna dan ukuran sesuai kebutuhan pengguna. Perlengkapan *Riding* dari mulai Sarung Tangan sampai *Protector* juga disediakan oleh Eiger.



**Gambar 1. 5 Tampilan Jenis Produk Eiger *Equipment***

Sumber: Eigeradventure.com

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kebutuhan perlengkapan *Outdoor* bukan lagi menjadi milik para pencinta alam saja namun dengan proses perkembangan zaman peralatan outdoor sudah menjadi tren *fashion* di kalangan masyarakat. Dengan semakin maraknya perkembangan perusahaan penyedia kebutuhan perlengkapan outdoor tentu membuat masyarakat dengan mudah untuk mendapatkan produk-produk yang mereka butuhkan dan inginkan. Menurut artikel Suara.com yang diakses pada hari Kamis 25 Mei 2023, menyampaikan bahwa tren *look Outdoor* menjadi salah satu tren yang mengalami peningkatan signifikan di tahun 2022 dimana atribut yang banyak diminati masyarakat berupa tas ransel, sandal gunung dan perlengkapan berkemah. Hal tersebut diakibatkan dari adanya pandemi sehingga membuat masyarakat berdiam di rumah selama pandemi berlangsung oleh sebab itu kegiatan *outdoor* ke alam menjadi sebuah aktivitas *self-healing* di kalangan masyarakat.

Dari banyak perusahaan yang bergerak di bidang penyedia perlengkapan *Outdoor*, EIGER Adventure menjadi salah satu brand yang banyak diminati konsumen terutama pada produk kegiatan berkemah, hal ini dibuktikan dengan peningkatan penjualan EIGER Adventure selama tiga bulan mencapai 6.000 produk, hal tersebut disampaikan oleh Riadi Suarno, selaku *Marketing General Manager*, EIGER Adventure. Sejalan dengan perkembangan tren *look outdoor* yang semakin marak di kalangan masyarakat, untuk itu ditahun yang sama pula diselenggarakannya pameran perlengkapan *outdoor* “Indofest 2022” dimana kegiatan tersebut berlangsung selama empat hari di *Jakarta Convention Center (JCC)* dengan melibatkan beberapa brand penyedia perlengkapan *outdoor* lainnya seperti Consina, EIGER Adventure, Arei dan brand dari luar negeri seperti Deuter, *The North Face* dan *Osprey*. (Antara News.com)

Adapun upaya yang dilakukan masing-masing brand penyedia peralatan outdoor yaitu dengan terus mengembangkan produk terbaru serta sesuai dengan permintaan pasar, hal tersebut juga didukung dengan penyediaan jenis produk yang beragam, warna yang menarik serta kualitas dan harga yang dapat dijangkau oleh seluruh elemen masyarakat, tentu membuat tren *fashion* semakin berkembang dimana produk-produk yang dikembangkan tersebut sudah bersifat minimalis, *sporty* dengan standar desain yang aman dan nyaman saat dipakai. Kendati demikian persaingan antar masing-masing brand penyedia peralatan *outdoor* terus berjalan agar brand mereka terus

dikenal dan dipilih masyarakat untuk dibeli. Maka dengan adanya tren tersebut peneliti melakukan Pra Survei kepada 30 responden acak di kota Bandung, untuk dapat mengetahui tingkat minat 30 responden terhadap perlengkapan *outdoor* dan brand yang dipilih sebagai salah satu upaya pemenuhan kebutuhan kegiatan *outdoor*.

Adapun hasil dari Pra Survei tersebut sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Pra Survei Penelitian Terkait Kegiatan Outdoor Dan Brand Outdoor Yang Diminati Responden Saat Ini**

No	Pertanyaan	Jawab responden
1	Apakah anda menyukai kegiatan outdoor seperti mendaki gunung, ekspedisi perjalanan panjang atau kegiatan <i>outdoor</i> lainnya	Seluruh respon menyukai kegiatan <i>Outdoor</i>
2	Apakah anda memiliki atau membeli perlengkapan kebutuhan kegiatan <i>Outdoor</i>	Seluruh responden memiliki atau membeli peralatan <i>Outdoor</i>
3	Alasan anda membeli atau menggunakan produk tersebut	29 responden menjawab bahwa alasan mereka membeli produk tersebut dikarenakan harga yang sesuai, kualitas produk yang bagus, tersedia berbagai pilihan warna dan tipe produk serta 1 responden lainnya membeli karena adanya promosi yang ditawarkan oleh perusahaan
4	Apakah anda mengetahui produk <i>Outdoor</i> dengan brand EIGER	Seluruh responden mengetahui Brand Eiger
5	Apakah anda menggunakan produk EIGER	Dari 30 responden hanya 2 responden yang tidak menggunakan produk Eiger
6	Apakah anda sering membeli produk EIGER	Dari 30 responden terdapat 4 responden yang tidak membeli produk Eiger

7	Alasan anda membeli Produk EIGER	Adapun alasan responden membeli Produk Eiger didasarkan pada kualitas yang bagus, harga yang sesuai dan pilihan model warna yang bervariasi
---	----------------------------------	---

Berdasarkan hasil Pra Survei yang dilakukan peneliti mengenai brand *outdoor* yang diminati responden, mendapatkan hasil bahwa seluruh responden menyukai kegiatan outdoor serta membeli dan menggunakan peralatan kegiatan outdoor sebagai pemenuhan kebutuhan responden. Brand produk yang digunakan responden cukup beragam dimulai dari EIGER, Consina, Rei Adventure, dan kaliber namun dari ketiga puluh responden tersebut, 92% responden menggunakan produk EIGER. Seluruh responden juga mengetahui brand EIGER dimana hanya 2 responden saja yang tidak menggunakan peralatan Outdoor dari brand EIGER dan 4 respon yang tidak membeli produk EIGER serta adappun alasan para responden membeli produk EIGER didasarkan pada kualitas yang bagus, harga yang sesuai dan pilihan model warna yang bervariasi. (Hasil Kuesioner,2023)

Kualitas produk merupakan pertimbangan penting yang dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk, hal ini merujuk pada definisi kualitas produk menurut Arinawati dan Suryadi (2021) kualitas produk merupakan totalitas dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dibutuhkan konsumen. Kualitas Produk menjadi hal penting yang wajib diperhatikan perusahaan dalam menciptakan serta memproduksi produk yang ingin dipasarkan, dimana semakin bagus kualitas produk yang dihasilkan maka peluang Konsumen membeli akan lebih besar.

Selaian kualitas produk, Harga produk juga menjadi acuan Konsumen dalam melakukan pembelian, artinya jika harga yang ditawarkan perusahaan kepada Konsumen sesuai serta sebanding dengan manfaat yang diberikan tentu peluang Konsumen membeli akan jauh lebih besar, acuan atribut harga produk didasarkan oleh *List Price, Diskon, Allowance, Payment Period and Credit terms*. (Krisdayanti,2018) Nantinya kualitas produk dan harga dapat menentukan keputusan pembelian yang dilakukan oleh Konsumen dalam membeli produk yang diinginkan sebagai pemenuhan kebutuhan Konsumen itu sendiri.

Berdasarkan hasil pra survey penelitian tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti Produk Eiger Adventure. Pada penelitian ini, peneliti menguji variabel pengaruh dari kualitas dan harga produk pada produk Eiger dimana Eiger merupakan salah satu produk asli Indonesia yang memiliki peminat yang tinggi serta memiliki daya saing di antara brand sejenisnya. Apakah kualitas dan harga produk yang ditawarkan oleh Eiger dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian oleh konsumen. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure di Kota Bandung”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Penelitian ini memiliki beberapa permasalahan yang akan dibahas selanjutnya dengan teori dan kajian yang mendalam, berikut masalah dalam penelitian ini dirumuskan:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure?
2. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini didasarkan untuk menemukan dan mengetahui jawaban atas permasalahan penelitian yang telah dirumuskan berikut tujuan penelitian ini:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya dan pihak – pihak yang membutuhkan lainnya.

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi-informasi terkait kualitas dan harga produk dalam pengambilan keputusan pada konsumen Eiger. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.

2. Implementasi Ilmu

Dapat memperoleh ilmu, wawasan dan pengalaman yang dapat diimplementasikan bagi diri sendiri maupun orang sekitar, baik dalam perkuliahan ataupun setelah perkuliahan mendatang.

3. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, data dan pertimbangan bagi perusahaan untuk menelaah, meneliti dan mengawasi kualitas dan harga produknya yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli para konsumennya.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Adapun periode penelitian yang akan berlangsung pada penelitian ini yaitu pada bulan April 2023 hingga Juni 2023 dan dilaksanakan di Kota Bandung, Provinsi Jawa barat dengan melibatkan 150 konsumen produk Eiger.

