

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Indonesia termasuk dalam deretan negara penghasil kayu terbesar di dunia (Badan Pusat Statistik, 2001). Hasil kayu Indonesia tersebut sebagian besar diperoleh dari hutan tropis yang terletak di kepulauan Sumatera, Kalimantan dan Papua. Kayu merupakan elemen utama yang sangat menentukan kualitas suatu produk, khususnya produk mebel. Perusahaan memanfaatkan kayu tersebut sebagai bahan mebel yang kemudian dikelola dan dijual di pasaran agar dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan tersebut.

Perkembangan usaha saat ini sudah semakin ketat persaingannya, sebab itu peran pemasaran dalam dunia usaha semakin penting karena perusahaan yang dikatakan berhasil itu adalah terletak pada pemasarannya. Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan agar perusahaan tersebut terus maju dan berkembang yaitu dengan cara mempertahankan dan meningkatkan keuntungan tersebut dengan cara membina langganan dan usaha serta menguasai pasar dan memanfaatkan peluang yang ada sebagai sebuah kesempatan.

Kualitas produk menjadi ciri dari sebuah perusahaan, perusahaan mengutamakan kualitas produk agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang dibelinya. Namun, kualitas produk dikatakan berkualitas apabila telah memenuhi kebutuhan seorang konsumen bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen tersebut.

Sumber Jaya Mebel terletak di Tanjung Raja, Kabupaten Ogan Ilir, dimana perusahaan ini yang bergerak dibidang furniture. Dalam waktu 3 bulan terakhir ini mengalami peningkatan dalam penjualan, meskipun di Tanjung Raja sendiri sudah banyak perusahaan furniture yang menjual produk yang sama sehingga persaingan semakin ketat. Penjualan yang didapatkan selama 3 bulan terakhir yaitu bulan Desember 2021 sebanyak 32 unit, bulan Januari

2022 sebanyak 37 unit, dan bulan Februari 2022 sebanyak 40 unit. Berikut grafik peningkatan penjualan selama 3 bulan terakhir.



Gambar 1.1 Penjualan Sumber Jaya Mebel Bulan Desember 2021 - Februari 2022
Sumber: Sumber Jaya Mebel, 2022

Berdasarkan Gambar 1.1, menunjukkan adanya peningkatan penjualan selama 3 (tiga) bulan terakhir. Sumber Jaya Mebel mengutamakan kualitas dan harga produk. Konsumen lebih memilih kualitas dan harga produk yang benar-benar terjamin walaupun disetiap pesaing menjual produk dengan kualitas yang berbeda dan pastinya harganya juga berbeda. Walaupun antar pesaing menjual produk yang sama, tetapi terdapat 10-20 orang kosumen yang bicara kepada penulis kalau hanya di Sumber Jaya Mebel yang menjual kualitas dan harga produk lebih tinggi dibandingkan pesaing lain.

Peluang bisnis mebel adalah salah satu jenis bisnis yang memiliki potensi sangat menjanjikan untuk dijalani. Kebutuhan masyarakat akan berbagai produk mebel seperti kursi tamu, kursi makan, lemari pakaian, lemari piring, lemari hias, kasur, spring bed, meja rias, meja tv, meja kompor, meja belajar, dipan ranjang kasur dan jam lonceng, membuat bisnis ini tidak akan pernah kehilangan pasarnya. Peluang ini dimanfaatkan para pengusaha salah satunya Sumber Jaya Mebel. Perusahaan yang bergerak dibidang furniture di Tanjung Raja selain Sumber Jaya Mebel sebagai berikut.

Tabel 1.1
Perusahaan Furniture di Tanjung Raja

Nama Perusahaan	Alamat
Aneka Mebel MUMTAZ	Jl. Belanti Tanjung Raja Barat, Kec. Tanjung Raja
Ratu Abadi Furniture	Jl. Lintas Sumatra Tanjung Raja Selatan, Kec. Tanjung Raja
Reza Furniture	Jl. Merdeka Terminal baru Pasar Tanjung Raja
NAFAZ Furniture	Jl. Tanjung Agas, Kec. Tanjung Raja
Sumber Alam Sisni	Jl. Kapten Atik Siring Alam, Kec. Tanjung Raja

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1, menunjukkan perusahaan yang bergerak dibidang furniture yang ada di Tanjung Raja tidak hanya ada 1 atau 2 perusahaan saja, tetapi terdapat beberapa perusahaan yang bergerak dibidang furniture yang sama. Perusahaan furniture agar sukses dalam persaingan bisnis, perusahaan harus berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang pantas.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh strategi pemasaran. Perusahaan dapat dinyatakan berhasil apabila memproduksi atau memasarkan hasil produksinya secara berkelanjutan dengan jumlah yang meningkat dan memberikan keputusan kepada konsumennya baik dari segi produk, harga, merek dan daya tarik agar bisa menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian itu sendiri berarti tindakan atau keputusan yang dilakukan oleh konsumen sebagai pertimbangan dari dua alternatif atau lebih. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak terjadi secara instan karena konsumen akan lebih selektif dalam menentukan produk yang bisa memberikan kenyamanan untuk konsumen itu sendiri. Banyak faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian

yaitu, produk apa saja yang dipasarkan, bagaimana kualitas produknya serta harga produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk membuat laporan akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sumber Jaya Mebel Tanjung Raja, Ogan Ilir”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar persentase pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sumber Jaya Mebel?
2. Dimensi variabel kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian manakah yang paling dominan?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penulisan laporan akhir ini agar tidak menyimpang dari pembahasan yang ada dan untuk mengetahui penerapan kualitas dan harga produk pada Sumber Jaya Mebel. Maka penulisan memberi batasan yaitu mengenai berapa besar persentase pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sumber Jaya Mebel Tanjung Raja Ogan Ilir.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sumber Jaya Mebel.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sumber Jaya Mebel.
3. Untuk mengetahui dimensi variabel apa yang paling dominan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan di bidang pemasaran serta melatih untuk berfikir kritis dalam menghadapi suatu permasalahan untuk memahami dan mengembangkan ilmu pengetahuan berdasarkan teori-teori yang ditelaah diperoleh di perkuliahan mengenai manajemen pemasaran.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai evaluasi bagi perusahaan terhadap kualitas dan harga produk dalam keputusan pembelian konsumen agar semakin meningkat.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan juga sebagai sumber referensi bacaan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Penelitian

1. Metode Analisis Kualitatif

Metode kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017:6).

2. Metode Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan,

berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018:13).

1.5.2 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mengetahui penerapan kualitas dan harga produk pada Sumber Jaya Mebel. Penelitian ini dilakukan pada Toko Sumber Jaya Mebel yang beralamatkan di pasar Tanjung Raja, Kab. Ogan Ilir, Sumatera Selatan 30661 dibagian pemasaran.

1.5.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Yusi dan Idris, 2016:109). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan responden dan pemilik.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data survei atau riset lapangan dengan cara membagikan selebaran/link untuk kuesioner yang di dalamnya berisi beberapa pertanyaan yang ditujukan untuk dijawab responden dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan juga oleh penulis, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah tersedia.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam

bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2016:109). Data sekunder bukan hanya dari sasaran penelitian saja, tetapi berkaitan juga dalam penelitian tersebut yakni instansi, literatur, buku, internet serta jurnal. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah nota pesanan dan nota pembelian dari konsumen.

1.5.4 Metode Pengumpulan Data

Metode secara umum diartikan sebagai proses atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan responden dan pemilik.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data survei atau riset lapangan dengan cara membagikan selebaran/link untuk kuesioner yang di dalamnya berisi beberapa pertanyaan yang ditujukan untuk dijawab responden dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan juga oleh penulis, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah tersedia. Skala dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur respon terhadap responden suatu objek.

Tabel 1.2
Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skala Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013:107)

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal, buku, dan kertas kerja (*Working Paper*).

1.5.5 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada Sumber Jaya Mebel yang bersedia menjadi objek penelitian dengan mengisi kuesioner secara langsung yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 22 orang konsumen yang melakukan pembelian pada Sumber Jaya Mebel pada tahun 2022.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), mengidentifikasi sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi”. Dalam penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari jumlah populasi, maka harus dilakukan dengan teknik pengambilan sampel yang tepat. Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:82). *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh atau sering disebut juga sensus. Sampling jenuh adalah teknik

penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil (Sugiyono, 2017:85). Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka sampel yang di ambil dalam penelitian ini berjumlah 22 orang yang merupakan konsumen Sumber Jaya Mebel dari bulan Januari – Juni 2022. Jumlah sampel tersebut didapatkan karena terkendala dalam hal keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, peneliti hanya mengambil sampel 22 orang dengan asumsi bahwa sampel yang peneliti ambil sudah keseluruhan dalam populasi bersifat seragam sehingga bisa diwakili oleh beberapa sampel. Penyebaran sampel yang digunakan yaitu Sampling Insidental/Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:124).

1.5.6 Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis untuk penulisan laporan akhir ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode Analisis Kualitatif

Metode kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017:6).

2. Metode Analisis Kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018:13).

3. Metode Analisis Deskriptif Persentase

Metode deskriptif persentase menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden yaitu Konsumen Sumber Jaya Mebel Tanjung Raja, Ogan Ilir. Adapun rumusnya menurut Sugiyono (2015:170) adalah sebagai berikut :

$$IS = \frac{\text{Jumlah Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

IS = Interpretasi Skor

Jumlah Skor Penelitian = Jawaban responden x Bobot nilai (1-5)

Skor Ideal = Skala nilai tertinggi x Jumlah responden

Hasil dari perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan dilihat dari kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut :

Tabel 1.3
Kriteria Penafsiran

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0% - 20%	Sangat Lemah
2	21% - 40%	Lemah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Kuat
5	81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan dan Akdon, (2013:20)