

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini membuat tingginya daya saing antar perusahaan. Perusahaan berusaha menyiapkan produk-produk dengan mengikuti perkembangan gaya hidup yang semakin maju. Konsumen saat ini lebih peka dalam membandingkan jenis produk yang sama dalam memilih produk yang diinginkan. Produk yang sudah menarik perhatian konsumen menimbulkan keinginan untuk membeli sesuai kebutuhannya. Perusahaan akan menghasilkan keuntungan sesuai dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan semakin banyak menciptakan produk terbaru dan kualitas yang baik untuk memuaskan pembeli dengan tampilan yang unik dan kreatif.

Kualitas produk merupakan hal penting bagi setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Menurut Orville, Larreche dan Boyd dalam Wati (2013:4) Kualitas produk mempunyai indikator yaitu Kinerja (*Performance*), Daya Tahan (*Durability*), Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specifications*), Fitur (*Features*), Reabilitas (*Reability*), Estetika (*Aesthetics*), Kesan Kualitas (*Perceived Quality*). Konsumen akan mencari informasi sebanyak mungkin untuk produk yang dibelinya dengan membandingkan satu produk dengan produk lainnya. Konsumen akan memutuskan produk apa yang akan dibelinya setelah melakukan perbandingannya. Konsumen akan memilih kualitas produk yang baik untuk dibeli dan sebaliknya jika kualitas produk buruk maka konsumen akan memikirkan kembali untuk membeli produk tersebut. Miniso berkomitmen untuk menyediakan beragam produk yang simple, natural, basic, berkualitas dan dengan harga terjangkau.

Keputusan pembelian merupakan salah satu hal yang penting dari perilaku konsumen. Konsumen dapat memiliki banyak pilihan dari produk yang ditawarkan sebelum mengambil keputusan pembelian. Konsumen memperhatikan kualitas produk, citra merek, saluran pembelian, dan metode pembayaran.

Salah satu produk yang memiliki kualitas produk yang bagus dan harga terjangkau yaitu Produk Miniso. Produk Miniso merupakan salah satu produk yang terkenal di Indonesia. Miniso merupakan Perusahaan dari Jepang yang menghasilkan produk desain yang berkualitas. Miniso memproduksi barang-barang bagi wanita maupun pria. Miniso ini menyediakan produk berkualitas, unik, dan kreatif dengan harga terjangkau yang dapat dibeli oleh konsumen muda.

Miniso juga menawarkan produk seperti tas, dompet, produk kecantikan, alat dapur, alat tulis, *case smartphone*, *earphone*, kabel data (*USB*), *powerbank* dan lain-lainnya. Produk Miniso populer dikarenakan produk sebagai alat kebutuhan sehari-hari yang dipakai oleh konsumen terutama anak muda. Produk miniso didesain dengan warna dan model yang menarik. Miniso berusaha berkolaborasi dengan sesuatu yang sedang tren mengikuti perkembangan, contohnya tahun 2018 berkolaborasi dengan “*We Bare Bears*” dan 2022 Miniso berkolaborasi dengan “*lotso*” yang menimbulkan daya Tarik tersendiri di mata konsumen muda.

Mahasiswa sangat memperdulikan penampilan fisik dengan produk-produk yang dipakai salah satunya memakai produk Miniso. Produk Miniso sangat populer dikalangan Mahasiswa khususnya Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Polsri. Mahasiswa banyak menggunakan produk Miniso mulai dari tas, alat tulis dan lain-lainnya. Mahasiswa yang menggunakan produk Miniso dikarenakan produk miniso memiliki beragam warna, unik, dan juga tahan lama untuk dipakai dalam waktu satu tahun atau lebih. Selain itu, model produk terlihat mirip dengan produk merek terkenal. Sehingga Mahasiswa yang menggunakan produk tersebut akan terlihat lebih percaya diri dengan produk yang murah tetapi terlihat mahal.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis D-III Politeknik Negeri Sriwijaya)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah **“Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Miniso?”**

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Ruang lingkup pembahasan dibatasi agar lebih mengarahkan dan tidak menyimpang dalam penulisan yang akan dibahas, yaitu pada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Miniso, dalam hal ini studi kasus mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Miniso pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis D-III.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas produk yang paling dominan pada Mahasiswa Jurusan Admnistrasi Bisnis D-III.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

#### **1. Bagi Penulis**

Dapat meningkatkan dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi Penulis dalam ilmu yang diperoleh dari perkuliahan dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Dapat sebagai sumber informasi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun ruang lingkup dari penelitian dilakukan pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk miniso pada Mahasiswa.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data Primer dan Sekunder. Berikut jenis sumber data yang digunakan yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data Primer Merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data yang dikumpulkan untuk penyusunan Laporan Akhir diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada Mahasiswi yang membeli produk Miniso.

#### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder Merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder yang diperoleh dari berbagai macam referensi seperti jurnal-jurnal, buku dan hasil penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang memiliki kaitan dengan penelitian ini.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir, yaitu

#### **1. Riset Lapangan (*Field Research*)**

Angket (kuisisioner) Menurut Sugiyono (2015:199), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner berisikan sejumlah pertanyaan dan setiap pernyataan diiringi dengan sejumlah jawaban yang menggunakan Skala

Likert, dalam hal ini respondennya adalah Mahasiswi Jurusan Administrasi Bisnis. Pertanyaan yang dibuat pada kuisisioner berbentuk pernyataan yang berhubungan dengan delapan dimensi dari kualitas produk.

## 2. Riset Perpustakaan (*Library Research*)

Riset Perpustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku literatur atau referensi untuk mendapatkan keterangan teoritis sebagai bahan masukan penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti dan berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam Laporan Akhir.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel pada penelitian ini, yaitu:

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah melakukan pembelian di Miniso sebanyak 119 Mahasiswa

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:81) sampel adalah bagian dari jumlah data dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang mengetahui kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk miniso. Penentuan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini didasarkan pada perhitungan dengan menggunakan

rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Pengambilan sampel dengan batas toleransi kesalahan yaitu 5%. Adapun jumlah sampel yang akan diperoleh dalam penelitian ini yaitu berdasarkan rumus Slovin maka ukuran sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{80}{1 + 80 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{80}{1,2}$$

$$n = 66$$

Dengan demikian maka dari jumlah populasi 80 diperoleh ukuran sampel 66 sampel penelitian.

### 3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menentukan sampel yang akan diteliti. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik probability sampling. Teknik probability sampling yaitu pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:82). Adapun metode yang digunakan adalah simple random sampling. Dalam simple random sampling peneliti menentukan pengambilan sampel secara acak tanpa memperlihatkan strata yang ada.

#### 1.5.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiono (2017:39) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel dependen (terikat). Dan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen atau bebas yaitu kualitas produk (X) dan yang menjadi variabel dependen atau terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>
Kualitas Produk (X)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, itu mencakup daya tahan keseluruhan produk, realibilitas, presisi, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. (Kotler dan Armstrong, 2012)	Tjiptono(2008) 1. Kinerja ( <i>Perfomance</i> ) 2. Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) 3. Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Conformance to Specifications</i> ) 4. Reabilitas Keadaan ( <i>Reliability</i> ) 5. Estetika ( <i>Aesthetic</i> ) 6. Kesan Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> )
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. (Kotler dan Keller, 2012)	Kotler dan Keller (2012) 1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Saluran Pembelian 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran

### 1.5.6 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada rumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

$H_a$  : Terdapat pengaruh tagline gratis ongkir Shopee terhadap

keputusan pembelian pada Mahasiswa.

$H_o$  : Tidak terdapat pengaruh tagline gratis ongkir Shopee terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa.

### 1.5.7 Analisis Data

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menggunakan analisa data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada analisis, penulis mengumpulkan dan mengelola data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara menggunakan pembobotan dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Di dalam skala likert terdapat 5 (lima) alternative jawaban yang dapat dipilih oleh responden dan setiap pernyataan yang ada untuk setiap variabelnya, yang telah diskalakan dengan skor 1-5. Berikut adalah tingkatan tabel skala likert yang digunakan dalam penelitian laporan akhir ini:

**Tabel 1.2**  
**Ukuran Alternative Pernyataan Kuesioner**

<b>Jawaban</b>	<b>Pernyataan Positif</b>	<b>Pernyataan Negatif</b>
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Adapun dalam mengelola data penulis akan melakukan perhitungan hasil kuesioner dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 22 dengan analisa sebagai berikut:



### a) Uji Validitas

Menurut (Ghozali 2011:49 dalam Gunawan, 2018:95) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuisoner dinyatakan valid jika rhitung  $> r_{table}$ . Sedangkan jika rhitung  $< r_{table}$  pertanyaan atau pernyataan dalam kuisoner dinyatakan tidak valid.

Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner oleh penulis akan diuji validasi dengan langkah yang diukur. Kemudian menentukan terhadap konstruk apakah valid maka dicari nilai  $r_{table}$  dengan program SPSS.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Nilai  $r_{hitung} > r_{table}$ , maka butir atau pertanyaan tersebut valid.
- b) Jika  $r_{hitung} < r_{table}$ , maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid.

### b) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

Menurut Nunnaly (1967) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

### c) Uji Koefisien Korelasi

Menurut Priyatno (2012:59) Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Dalam perhitungan korelasi akan didapat koefisien korelasi yang menunjukkan keeratan hubungan antar dua variabel tersebut. Nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 sampai 0 atau 0 sampai 1. Jika nilai koefisien korelasinya semakin mendekati 1 atau -1, maka hubungan antara dua variabelnya akan semakin erat. Tetapi jika mendekati 0, maka hubungannya semakin lemah. Setelah melakukan uji koefisien korelasi, untuk menentukan keeratan hubungan antara variabel, dapat ditentukan dengan kriteria

berikut:

**Tabel 1.3**  
**Interprestasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2016

**d) Uji Signifikan Parsial (Uji-t)**

Menurut Priyatno (2012:90), uji-t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yakni kualitas produk memberikan pengaruh kepada variabel dependen yakni keputusan pembelian. Untuk menentukan nilai  $t_{hitung}$  maka diperlukan juga nilai  $t_{tabel}$ ,  $t_{tabel}$  didapatkan melalui rumus DF (degree of freedom) =  $n - k$ , dimana  $n$  merupakan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini,  $k$  merupakan variabel yang ada yakni (Variabel X dan Y).

**e) Regresi Linear Sederhana**

Digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu dan variabel lain. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua variabel yaitu:

**a. Variabel Independen atau Bebas (X)**

Menurut Hamid, Darmadi (2013:157) Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Pada penelitian ini variabel X adalah kualitas produk.

**b. Variabel Dependen atau Terikat (Y)**

Menurut Priyatno (2012:73) analisis regresi linier sederhana adalah

hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen yang digunakan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa, maka akan digunakan kuesioner dan dihitung menggunakan rumus regresi linear sederhana yang ditunjukkan seperti berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta dari persamaan regresi

$\beta$  = Koefisien regresi

X = Kualitas Produk