

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat di jaman sekarang menyebabkan terjadi persaingan pasar yang semakin ketat dari waktu ke waktu. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha di jaman sekarang juga memunculkan banyak sekali tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha. Dengan munculnya banyak tantangan di dalam dunia usaha sekarang ini akan menyebabkan aktivitas usaha yang tidak selalu lancar, terlebih bagi para pelaku usaha yang tidak bisa menyesuaikan diri dengan dunia persaingan usaha di jaman sekarang. Dalam dunia usaha yang ada pada jaman sekarang setiap pelaku usaha akan dihadapkan pada berbagai macam jenis persaingan baik pada pasar maupun produknya. Karena itu setiap pelaku usaha harus dapat merebut pangsa pasar dan menjaring calon pembeli sebanyak mungkin. Agar dapat merebut pangsa pasar serta menjaring calon pembeli sebanyak mungkin pelaku usaha harus dapat terus mengembangkan usahanya khususnya melakukan perbaikan dan peningkatan dibidang pemasaran.

Dengan semakin tingginya tingkat persaingan pasar di jaman sekarang, mengharuskan pelaku usaha untuk dapat menyediakan produk-produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Tidak hanya keinginan dan kebutuhan konsumen di masa sekarang tetapi pelaku usaha juga harus bisa memprediksi dan menyediakan berbagai produk yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen di masa mendatang. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat / konsumen akan memunculkan banyak pelaku usaha baru yang bertujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dimana setiap pelaku usaha akan menawarkan keunggulan dari produk-produk yang dijual / ditawarkan. Karena itu setiap pelaku usaha diharuskan cermat dalam mengamati kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menjaga keberlangsungan usahanya. Setiap pelaku usaha juga dituntut harus bisa menarik hati dan mencapai kepuasan konsumen dan dengan tetap menjaga

konsistensi pada tujuan utama yaitu menghasilkan laba dan meningkatkan volume penjualan. Dan untuk dapat merealisasikan hal tersebut diperlukan kegiatan pemasaran yang efektif.

Salah satu jenis usaha yang terus bermunculan dan terlihat cukup menjanjikan adalah jenis usaha dibidang fashion salah satunya sepatu. Jenis usaha jual-beli sepatu atau yang bisa dibidang toko sepatu dapat dikatakan cukup menjanjikan dengan semakin pesatnya perkembangan fashion dijamin sekarang yang sering kali memunculkan berbagai macam jenis dan model sepatu yang baru. Khususnya sepatu yang diperuntukan bagi para remaja dan orang dewasa. Baik dari jenis sepatu casual yang dapat digunakan untuk aktivitas sehari-hari maupun sepatu untuk olah raga. Oleh karena itu jenis usaha ini memiliki potensi yang terbilang cukup menjanjikan baik untuk saat ini dan untuk dimasa mendatang.

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Berikut ini merupakan beberapa definisi keputusan pembelian menurut para ahli:

Fandy Tjiptono dalam jurnal penelitian Pratiwi, Sawendra, Yulianthini (2014:21) mengemukakan bahwa “Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Dimana, perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut”. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Persaingan usaha yang semakin ketat membuat salah satu toko sepatu yaitu Toko Idaman mengalami permasalahan dibidang penjualan. Toko Idaman

adalah toko yang berdiri atas usaha perseorangan/individu. Beralamat di Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Volume Penjualan Toko Idaman di Pasar Baru Blok B No. 3**  
**Baturaja Timur Pada Tahun 2018-2022**

Tahun				
2018	2019	2020	2021	2022
Rp18.550.000	Rp20.000.000	Rp19.000.000	Rp16.000.000	Rp23.000.000
Rp19.000.000	Rp25.300.000	Rp17.500.000	Rp17.000.000	Rp22.000.000
Rp17.050.000	Rp20.000.000	Rp15.500.000	Rp18.500.000	Rp24.000.000
Rp20.000.000	Rp20.500.000	Rp15.000.000	Rp50.000.000	Rp65.250.000
Rp60.000.000	Rp62.000.000	Rp30.000.000	Rp18.000.000	Rp24.500.000
Rp20.000.000	Rp18.000.000	Rp14.000.000	Rp15.000.000	Rp20.000.000
Rp35.750.000	Rp40.000.000	Rp21.000.000	Rp34.000.000	Rp40.000.000
Rp23.000.000	Rp25.000.000	Rp15.000.000	Rp18.000.000	Rp20.000.000
Rp21.000.000	Rp19.000.000	Rp14.000.000	Rp20.000.000	Rp19.500.000
Rp18.650.000	Rp21.000.000	Rp13.800.000	Rp19.000.000	Rp21.000.000
Rp17.800.000	Rp19.000.000	Rp14.500.000	Rp21.000.000	Rp20.700.000
Rp20.000.000	Rp20.300.000	Rp15.000.000	Rp23.000.000	Rp23.000.000
<b>Rp290.800.000</b>	<b>Rp310.100.000</b>	<b>Rp204.300.000</b>	<b>Rp269.500.000</b>	<b>Rp322.950.000</b>

Sumber: Toko Idaman, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa total penjualan pada tahun 2018 Rp. 290.800.000, tahun 2019 mengalami peningkatan dengan total penjualan Rp. 310.100.000, tahun 2020 terjadi penurunan dengan total penjualan Rp. 204.300.000, tahun 2021 terjadi peningkatan lagi dengan total penjualan Rp. 269.500.000, tahun 2022 meningkat lagi dengan total penjualan Rp. 322.950.000.

**Tabel 1.2**  
**Volume Penjualan 3 Merk Sepatu Yang Paling Diminati Pada Toko**  
**Idaman Baturaja Timur Pada Tahun 2022**

No	Merk Sepatu	Jumlah Terjual	Volume Penjualan
1.	Pro Att	150 Pasang	Rp. 22.500.000
2.	Ando	115 Pasang	Rp. 20.700.000

Lanjutan Tabel 1.2

No	Merk Sepatu	Jumlah Terjual	Volume Penjualan
3.	Jaguar	100 Pasang	Rp. 10.000.000

Sumber: Toko Idaman, 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dijelaskan bahwa pada ketiga merk sepatu diatas yaitu Pro Att, Ando dan Jaguar yang paling diminati pada Toko Idaman adalah merk sepatu Pro Att data tersebut merupakan data pembelian 3 merk sepatu yang berbeda pada Toko Idaman Pasar Baru Baturaja Timur.

Pada teorinya, semakin tinggi kualitas produk semakin tinggi pula konsistensinya, berdasarkan observasi awal dan wawancara kepada Bapak Bahri selaku pemilik Toko Idaman, ia mengatakan bahwa konsumen lebih banyak meminati sepatu merk Pro Att daripada merk Ando dan Jaguar, dimana harga sepatu merk Pro Att lebih terjangkau harganya daripada merk lainnya, sedangkan kualitas sepatu merk Pro Att juga lebih bagus dari pada merk lainnya

Data tersebut merupakan data pembelian konsumen dalam membeli produk Toko Idaman di Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur. Maka dari permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Pro Att Pada Toko Idaman Pasar Baru Baturaja Timur”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam laporan ini adalah Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Idaman Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur?

## 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada pengaruh kualitas produk usaha Toko Idaman Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Idaman Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat berguna bagi penulis, perusahaan dan bagi pihak-pihak lain, yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan pemikiran sekaligus dapat menambah literatur Laporan Akhir tentang penjualan di perpustakaan Jurusan Administrasi Bisnis.
- b. Sebagai referensi pada penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

#### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

##### **a. Bagi Instansi**

Dapat memberikan saran dan referensi yang bermanfaat bagi instansi tempat penelitian.

##### **b. Bagi Penulis**

Dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh selama di bangku kuliah khususnya di mata kuliah Administrasi Penjualan.

##### **c. Bagi Pihak Lain**

Dapat menjadi bahan bacaan atau referensi yang memberikan manfaat bagi pembaca khususnya di bidang Administrasi Penjualan.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Pendekatan Penelitian**

#### **a. Metode Analisis Kualitatif**

Menurut Siregar (2015:16), data kualitatif adalah data yang berupa pendapat (pernyataan) atau judgement sehingga tidak berupa angka, tetapi berupa kata-kata atau kalimat. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan mendeskripsikan, menggambarkan, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti.

#### **b. Metode Kuantitatif**

Merupakan Penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada jenis penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan hasil penelitian pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yakni variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Variabel independent disimbolkan dengan huruf (X), yakni Kualitas Produk, dan variabel terikat disimbolkan dengan huruf (Y), yakni Keputusan Pembelian Konsumen Toko Idaman Baturaja Timur.

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

#### a. Jenis Data

Dalam penulisan laporan akhir, penulis menggunakan dua macam data berdasarkan cara memperolehnya yaitu data primer dan data sekunder.

#### b. Sumber Data

##### 1. Data Primer

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan data primer diperoleh langsung dari pengusaha Toko Toko Idaman Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder dalam laporan ini berupa data yang diperoleh dari beberapa sumber informasi seperti buku, internet, laporan, serta beberapa hasil penelitian yang telah ada.

### **1.5.3 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun metode yang penulis gunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir adalah:

- a. Wawancara, adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada pengusaha dan konsumen.
- b. Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen.
- c. Dokumentasi, yaitu dengan cara meneliti dokumen, arsip dan surat-surat yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.
- d. Studi Kepustakaan (Library Research)

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mempelajari serta mengutip kalimat dan pendapat para ahli dari

buku-buku, jurnal dan artikel yang dianggap penting bagi penulis dan berhubungan dengan judul yang diambil dalam pembuatan laporan akhir ini.

#### **1.5.4 Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Menurut Sugiyono dalam (2018:148), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek-objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli yang sedang melakukan pembelian di Toko Idaman Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur yang tidak diketahui jumlah populasi tersebut karena jumlah pengunjung.

##### **b. Sampel**

Menurut Sugiyono dalam Siburian (2018:149), sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah kosnumen pada Toko Idaman di Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur.

Menurut Sugiyono (2018:149) Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel seperti sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .



Menurut Hair et al (2017) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai yaitu 10 kali dari jumlah seluruh indikator. Secara umum ukuran sampel yang lebih dari 100 lebih baik, akan tetapi ukuran sampel yang lebih kecil dari 100 dapat diterima, tergantung dari latar belakang penelitian (Hair et al: 2018). Pada penelitian ini jumlah item pertanyaan sebanyak 16 item untuk variabel kualitas produk dan 10 item pernyataan variabel keputusan pembelian, sehingga total nya adalah 26 item pertanyaan. Merujuk dari pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa untuk mendapatkan sampel total item  $x$  dengan 10, sehingga sampel penelitian ini =  $26 \times 10 = 260$  responden.

c. Teknik pengambilan sampel

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2017:126). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang di Toko Idaman di Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur yang paling tidak sudah pernah melakukan satu kali transaksi.

### 1.5.5 Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Untuk memenuhi kriteria sebuah penelitian dianggap sebagai penelitian ilmiah, maka kecermatan pengukuran sangat diperlukan. Untuk itu, ada dua syarat utama yang harus dipenuhi oleh alat ukur untuk memperoleh sesuatu pengukuran yang cermat, yaitu sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:92), Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dasar pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ , maka butir atau pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ , maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:95), Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran bebas dari kesalahan acak atau tidak stabil. Uji kuesioner dalam penelitian digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Sugiyono (2017) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang angka nol (0) dan satu (1).

d. Koefisien Korelasi

Kegunaan uji korelasi untuk mencari hubungan antara variabel bebas (X) pengaruh kualitas produk terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian pada Toko Idaman di Pasar Baru Blok B No. 3 Baturaja Timur. Untuk mencari koefisien korelasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan program aplikasi SPSS.

**Tabel 1.3**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
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, (2017:251-252)

e. Uji T (Parsial)

Menurut Yusi dan Idris (2016:152), yaitu untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian, yaitu untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Produk terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian secara parsial atau terpisah. Pengujian melalui uji T adalah membandingkan t hitung dengan t tabel pada derajat signifikan 5%.

f. Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana adalah analisis regresi dengan jumlah variabel pengaruhnya hanya satu. Guna menganalisis adanya pengaruh kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y), digunakan metode regresi linear sederhana dimana formulasinya sebagai berikut:

$$y = \mu + \beta x$$

Keterangan:

$\mu$  = Bilangan Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

y = Keputusan Pembelian (Variabel Terikat)

x = Kualitas Produk (Variabel Bebas)

g. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2018:167), Skala Likert ialah skala perhitungan dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden, dimana setiap jawaban telah diberi bobot nilai. Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Kinneer, skala likert ini berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya adalah dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas, baik sampai tidak baik, responden diminta mengisi pertanyaan dalam skala

interval berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu. Setiap pertanyaan mempunyai lima alternatif jawaban, dengan bobot alternative jawaban sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Skala Likert**

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, (2018:168)

Skala likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuesioner untuk responden dan hasil jawaban ini akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada.

#### h. Kerangka Pikir



Penelitian ini penulis membuat kerangka pemikiran yang akan digunakan sebagai gambaran untuk memudahkan dalam memahami hubungan antara variabel X (Variabel Bebas) dan Variabel Y (Variabel Terikat). Data diatas adalah kerangka variabel X (Variabel Bebas) yaitu kualitas produk terhadap variabel Y (Variabel Terikat) yaitu keputusan pembelian.

#### i. Variabel Operasional

**Tabel 1.3**  
**Definisi Variabel Operasional**

Variabel	Definisi	Konsep	Sumber
Kualitas Produk (X)	Kualitas produk merupakan seluruh	1. Kinerja ( <i>Performance</i> )	Menurut Kotler dan

	gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan pelanggan.”	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>)</li> <li>3. Keandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>4. Kesesuaian dan Spesifikasi (<i>Conformance to specification</i>)</li> <li>5. Daya Tahan (<i>Durability</i>)</li> </ol> <p>Estetika (<i>Ashethic</i>)</p>	Keller (2016:400)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu tahapan atau proses dimana pembeli akan benar-benar mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan Masalah</li> <li>2. Pencarian Informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan Pembelian</li> <li>5. Perilaku Pasca Pembelian</li> </ol>	Menurut Azany (2014:17)