

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Dewasa ini perkembangan bisnis sangat dinantikan di Indonesia Menurut Alifudin, dkk (2015:3) dalam beberapa tahun terakhir perekonomian Indonesia tumbuh rata-rata 6% pertahun. Peningkatan ini tidak lepas dari usaha pemerintah untuk mencetak wirausahawan guna membuka lapangan kerja baru dalam bentuk pembangunan berbagai jenis perusahaan sehingga diharapkan dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Salah satunya adalah perkembangan bidang perusahaan manufaktur, banyak perusahaan furniture yang menjadi perusahaan nomor satu. Hal ini disebabkan karena adanya manajemen penjualan yang baik dalam suatu perusahaan. Selain itu, semakin banyak perusahaan manufaktur seperti bidang usaha mebel, mereka tidak hanya mengandalkan sistem penjualan produk menurut versi mereka namun mereka juga menyesuaikan antara jenis kayu yang digunakan dengan kualitas produk yang mereka buat pada suatu produk mebel.

Tidak hanya satu perusahaan saja yang memproduksi produk mebel yang berkualitas. Tapi hampir semua perusahaan menggunakan cara tersebut. Ini yang membuat semakin tingginya suatu persaingan yang dijadikan tantangan tersendiri bagi usaha kecil, oleh karena itu setiap usaha dituntut untuk memproduksi barang yang berkualitas menurut (Scarborough dan Zimmerer 2002:511) *the total quality of management (TQM) philosophy, company define a quality product as one that conforms to predetermined standards that satisfy customers demands*. Maka dari itu suatu tempat usaha dalam memproduksi produk haruslah memperhatikan keinginan pelanggan dan dapat memenuhi permintaan konsumen.

Berbagai komponen atribut produk yang dapat digunakan untuk mencari pandangan konsumen mengenai suatu produk yang nantinya akan

dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan *purchasing or not purchasing*. Menurut Kamus Webster (dikutip Haryadi, 2007:29)

Atribut berarti kualitas atau karekeristik dari seseorang, benda, jasa, atau sesuatu. Atribut suatu produk atau jasa merupakan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan evaluasi pilihan melalui pertimbangan sebagai usaha atau manfaat tertentu dari solusi produk/jasa.

Komponen atribut produk yaitu merek, kualitas produk, kemasan, dan label pada produk. Kualitas produk menurut (Irawan 2007:45) adalah driver pelanggan yang multi dimensi, bagi konsumen kualitas mempunyai dimensi paling tidak 6 dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen terhadap kualitas produk. Karena kualitas produk tersebut harus sesuai dengan sasaran pasar. Memberikan kualitas produk sesuai dengan keinginan masyarakat merupakan salah satu tantangan bagi produsen mebel karena bertujuan untuk mempertahankan konsumen dalam produk tersebut selain itu, dengan meningkatkan kualitas produk maka dari itu berarti mengurangi biaya untuk mendapatkan pelanggan baru.

Menurut Pranto (dalam Sari 2012:3) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. dalam usaha pembuatan mebel, kualitas produk tidak hanya dilihat jenis kayu namun juga desain produk tersebut. Karena kualitas kayu yang digunakan sangat berpengaruh kepada keawetan mebel, dan fungsional value yang dijanjikan oleh perusahaan, karena jika suatu produk mebel tidak sesuai antara kualitas dan *peformance* yang telah dijelaskan oleh produsen, maka tidak akan terjadi keputusan pembelian terhadap suatu produk tersebut.

Furniture/mebel adalah perabotan yang meliputi meja dan kursi dan pada umumnya terbuat dari bahan kayu (Wiwowo 2008:21). Jadi, furniture/mebel merupakan suatu perabotan yang sangat dibutuhkan di dalam perlengkapan rumah tangga pada saat ini, dan merupakan salah satu usaha yang menjanjikan.

Salah satu usaha mebel yang tetap berdiri hingga saat ini adalah Citra Mebel yang bertempat di Jalan Sematang Borang, RSC Blok 1 No. 1F Palembang. Usaha milik Bapak Amin, beliau memulai usaha mebel tersebut

pada tahun 2000, dan mempunyai 4 Orang pekerja diantaranya 3 tukang dan 1 administrasi. Usaha mebel ini berfokus pada berbagai jenis produk kursi tamu, lemari pakaian, dan lain-lain, tetapi Citra Mebel ini juga menerima pesanan kursi tamu, lemari, buffet dan toilet berbagai model yang diinginkan oleh konsumen baik dari jenis kayu akasiah maupun kayu jati. Untuk servis dan tukar tambah mebel harganya tergantung pada kerusakan mebel.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan cara meningkatkan atau menawarkan produk sesuai apa yang diharapkan oleh konsumen. Guna mendapatkan keputusan pembelian dari konsumen, diperlukannya suatu produk yang benar-benar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan para konsumen. Sedangkan, Menurut Kotler (2007:223) Keputusan Pembelian yaitu : “beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk”. Dalam proses pengambilan keputusan konsumen tentu menjalani beberapa tahapan dan pertimbangan dengan tujuan agar tidak menanggung risiko yang akan dihadapi oleh pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengetahui dan mengkaji lebih dalam mengenai kualitas produk yang bagaimana dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Penulis tertarik untuk mengambil judul penulisan Laporan Akhir yaitu **“PENERAPAN DIMENSI KUALITAS PRODUK PADA PELANGGAN CITRA MEBEL PALEMBANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis uraikan diatas, dapat merumuskan masalah pokok yang dihadapi oleh Citra Mebel Palembang. Agar pembahasan sebuah penelitian tidak meluas, maka dibutuhkan suatu perumusan masalah yang mencerminkan yang akan dibahas pada penelitian tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah penerapan dimensi kualitas produk pada pelanggan Citra Mebel Palembang?
2. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan Citra Mebel untuk meningkatkan kualitas produknya?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam penulisan laporan akhir ini agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas pada **Penerapan Dimensi Kualitas Produk Pada Pelanggan Citra Mebel Palembang**

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian merupakan tujuan dari pembahasan rumusan masalah di atas. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui seberapa besar penerapan dimensi kualitas produk pada pelanggan Citra Mebel Palembang.
2. Untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat memperbaiki kualitas produk

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Populasi dan Sampel

1.5.1.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2014:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang menggunakan produk dari Citra Mebel Palembang.

1.5.1.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang

kesimpulannya akan dapat diambil dari populasi itu (Sugiyono 2014:81).

Penelitian ini sampel yang digunakan adalah para konsumen yang menggunakan produk dari Citra Mebel Palembang. Dalam menentukan sampel dari populasi yang belum diketahui jumlahnya adalah dengan menggunakan Rumus Roscoe yang dikutip oleh Sugiyono (2009:103), memberikan acuan umum tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini.

1. Ukuran Sampel yang layak lebih dari 30 dan kurang dari 500.
2. Bila dalam penelitian akan menggunakan analisis dengan multivairate (kolerasi atau regresi misalnya), maka jumlah anggota sample minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 6 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 6 = 60$.

Rumus Roscoe:

$$n = (V_x + V_y) \cdot 10$$

Keterangan:

n = Ukuran Sample

V_x = Jumlah Variabel X

V_y = Jumlah Variable Y

$n = (5+1) \cdot 10 = 60$ jadi, jumlah wakil dari populasi yang akan diteliti menggunakan Roscoe berjumlah 60 Responden.

1.5.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Menurut Yusi dan Idris (2009:102) data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penelitian menggunakan metode deskriptif, dalam hal ini pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat Yusi dan Idris (2009:25), yaitu bahwa:

Penelitian deskriptif disebut pula penelitian pengembangan. Pengembangan artinya meluas, artinya tidak semua unsur, dan sifat

proses atau fungsi fenomena diteliti dan dianalisis, melainkan hanya beberapa saja yang masih dianggap merupakan masalah yang pemecahannya belum diketahui.

Dari pernyataan diatas mengandung makna bahwa di dalam melakukan suatu penelitian deskriptif, tentunya di anjurkan dapat menggambarkan keadaan kelompok pelanggan yaitu tentang pentingnya kualitas produk mebel dari segi *Performance, Reability, Durability, , Astetic, Servicability dan Keputusan Pembelian* pada Citra meuble Palembang.

1.5.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun data-data penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir ini, yaitu berupa data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Yaitu data yang di dapatkan langsung dengan cara tanya jawab kepada karyawan dan manajer penjualan pada Citra Mebel sehingga penulis mendapatkan data yang lengkap yang berhubungan dengan laporan akhir penulis.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang didapatkan dari luar perusahaan. Dalam hal ini penulis melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan Laporan Akhir penulis dengan membaca literature-literatur Manajemen Penjualan dan Manajemen Pemasaran serta buku-buku yang berhubungan dengan laporan akhir penulis.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis memerlukan data sebagai sumber informasi dan sebagai bahan penelitian dalam pengumpulan data sehingga dapat diolah dan dianalisis untuk itu digunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Adalah penelitian secara langsung untuk memperoleh data suatu perusahaan.

a. Wawancara (*Interview*)

Teknik wawancara ini merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan sistem tanya jawab ke tempat yang akan diteliti, mengenai seberapa pentingnya kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian mebel.

Yusi dan Idris (2008:106) menuliskan bahwa “Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Wawancara sering juga disebut sebagai kuesioner lisan adalah disebut dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh data informasi dari responden”.

b. Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang cukup luas”. (Sugiyono 2014:142).

Kuesioner juga bertujuan untuk mendapatkan jawaban dari responden sehingga dapat digunakan sebagai informasi bagi penulis

c. Observasi (Pengamatan)

Menurut Yusi dan Idris (2009:106) mereka menuliskan bahwa:

“Observasi adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data informasi yang merupakan tingkah laku non-verbal dari responden, dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan dan atau menjawab permasalahan penelitian”.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung tempat yang akan diteliti, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung pada Citra Mebel Palembang.

d. Keperpustakaan (*Library Research*)

Melakukan penelusuran pustaka, sekaligus memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitiannya. (Zed 2008:1). Selain itu metode keperpustakaan adalah dimana seorang penulis membandingkan teori dari buku-buku yang dapat dijadikan sumber pustaka untuk penyusunan laporan akhir.

1.5.5 Analisa Data

Dalam melakukan penelitian deskriptif harus bisa menggambarkan suatu keadaan permasalahan. Dalam hal ini peneliti akan menggambarkan keadaan konsumen pada Citra Mebel mengenai betapa pentingnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Menurut (Setiawan 2012:54-55) Hasil penelitian akan memberikan kontribusi yang lebih besar jika peneliti dapat menggabungkan kedua pendekatan ini diharapkan dapat memberi nilai tambah atau sinergi tersendiri karena kedua paradigma mempunyai keunggulan-keunggulan.

1.5.5.1 Penelitian Kualitatif

Merupakan paradigma penelitian yang menekankan pemahaman mengenai masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks, dan rinci. Jadi, teknik analisis data digunakan untuk menjelaskan bagaimana pentingnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Citra Mebel Palembang.

1.5.5.2 Penelitian Kuantitatif

Kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis dengan prosedur statistik. Dalam perhitungan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Citra Mebel, dengan menggunakan persentasi Tabulasi menurut Sudijono (2009:43) adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Angka Persentasi

f : Frekuensi yang sedang dicari Presentasinya

N : Number of Cases (Jumlah frekuensi/ banyaknya individu)

1.5.5.3 Skala Pengukuran

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan *Skala Likert*, yang dimana responden diberikan beberapa pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang terdiri dari sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dan juga penulis memberikan kesempatan kepada responden untuk memberikan jawabannya secara bebas dengan cara menjawab dari bagian kuesioner terbuka

Menurut Riduwan dan Akdon (2008:16) mengatakan Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 1.5.5
Skala Likert

Skor	Jawaban Alternatif
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Rumus dan Data dalam Analisa Statistik (Riduwan dan Akdon 2008)

Dalam hubungan teknik pengumpulan data angket, instrumen tersebut disebarkan kepada 70 responden, kemudian direkapitulasi, misalnya

- a. Jumlah skor untuk 2 Orang Mejnjawab 5 = $2 \times 5 = 10$
- b. Jumlah skor untuk 8 Orang Mejnjawab 4 = $8 \times 4 = 32$
- c. Jumlah skor untuk 15 Orang Mejnjawab 3 = $15 \times 3 = 45$
- d. Jumlah skor untuk 25 Orang Mejnjawab 2 = $25 \times 2 = 50$
- e. Jumlah skor untuk 20 Orang Mejnjawab 1 = $20 \times 1 = 20$
- f. Jumlah skor ideal untuk item no. 1 (skor tertinggi)
 $5 \times 70 = 350$ (SS)
- g. Jumlah Skor terendah $1 \times 70 = 70$ (STS)