

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan produk barang semakin meningkat. Perusahaan yang bersaing membuat produk yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli. Perusahaan banyak sekali mengeluarkan produk-produk terbaru untuk menarik perhatian pembeli. Produk yang sudah menarik perhatian konsumen akan timbul keinginan untuk membeli sesuai kebutuhannya. Perusahaan akan menghasilkan keuntungan sesuai dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat. Produk yang dapat menguntungkan seperti produk makanan dan minuman, baju dan sepatu, kebutuhan rumah tangga dan sebagainya. Perusahaan bersaing menciptakan produk terbaru dan kualitas yang baik untuk memuaskan pembeli dengan tampilan yang unik dan kreatif. Perusahaan berusaha menyiapkan produk-produk dengan mengikuti perkembangan gaya hidup yang semakin maju.

Kini produk semakin di perhatikan dengan kualitas barangnya. Semakin tinggi kualitas produk membuat konsumen tertarik dengan produk dijual. Produk akan terjamin kualitasnya apabila produk tersebut dapat dibuktikan dengan nilai kualitas produk itu tersendiri. produk yang sesuai dengan nilai kualitasnya terbukti akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Produk yang dapat dikategorikan dengan harga terjangkau tetapi kualitasnya dapat diperhitungkan.

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

Miniso sudah menarget bahwa produk yang ditawarkan pada kalangan muda. Dalam artikel *emaze*, “*Miniso populer di kalangan usia antara 18 dan 35*” (Nikka, 2019). Maka dari itu, mahasiswa termasuk dalam target market Miniso. Karena Usia mahasiswa pada umumnya adalah 18-25 tahun (< 35 tahun).

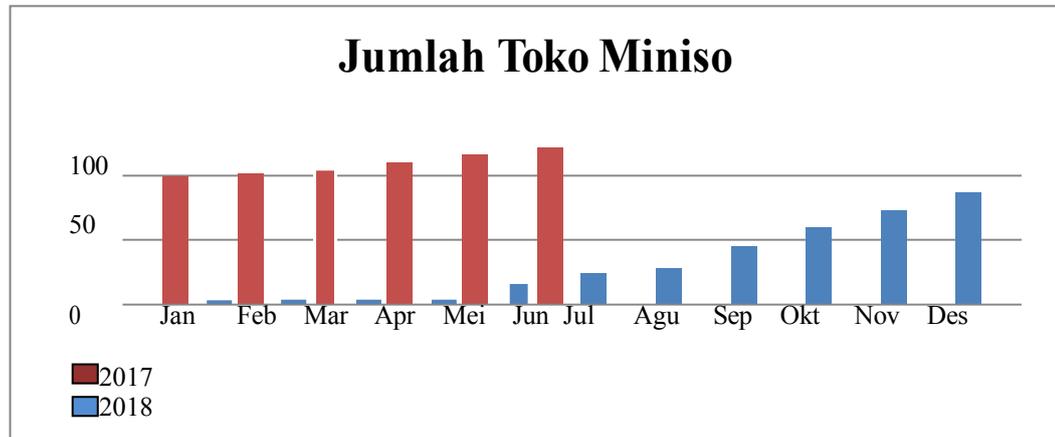
Miniso juga menawarkan produk seperti tas, dompet, produk kecantikan, alat dapur, alat tulis, *case smartphone*, *earphone*, kabel data (*USB*), *powerbank* dan lain-lainnya. Produk Miniso populer dikarenakan produk sebagai alat kebutuhan sehari-hari yang dipakai oleh konsumen terutama anak muda. Produk miniso didesain dengan warna dan model yang menarik ataupun pernak-pernik yang dapat memanjakan mata konsumen. Produk Miniso yang bukan hanya menjual dengan harga terjangkau tetapi memiliki bahan-bahan produk yang baik dan berkualitas yang bisa dipakai dengan jangka panjang.

Gambar 1.1
Produk Miniso



Sumber : Minisoindo (Official Miniso Indonesia), 2019

Gambar 1.2
Perkembangan Jumlah Toko Miniso Per-Bulan di Indonesia



Sumber : Minisoindo (Official Miniso Indonesia), 2019

Pada bulan Februari 2017, Miniso mulai membuka tiga toko pertamanya di Indonesia. Pada bulan Maret hingga Juni 2017 Miniso menambah jumlah tokonya menjadi tiga belas toko. Pada bulan Juli hingga Desember 2017 Miniso telah membuka 74 toko. Kemudian pada bulan Januari 2018, Miniso telah meresmikan 124 toko di Indonesia yang akan terus bertambah seiring dengan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat (Minisoindo, 2019).

Konsumen telah dapat memutuskan membeli barang dalam suatu produk yang akan dipakai, sehingga perusahaan akan memenuhi permintaan konsumen sesuai yang dibutuhkan dan konsumen merasa puas dengan kualitas produk. Konsumen dapat memiliki banyak pilihan dari produk yang ditawarkan sebelum mengambil keputusan pembelian. Perusahaan harus melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa untuk mencapai target. Perusahaan akan mengkategorikan seseorang yang membuat keputusan pembelian, jenis-jenis pembelian dan langkah-langkah proses pembelian.

Maka dari itu, penulis melakukan survei untuk mengetahui apa saja Produk Miniso yang dibeli oleh Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis D-III dan diketahui sebanyak 70 mahasiswa sebagai responden. Berikut daftar produk yang dibeli oleh Mahasiswa D-III Jurusan Administrasi Bisnis

Tabel 1.1
Data Produk Yang dibeli Oleh Mahasiswa D-III
Jurusan Administrasi Bisnis

No	Produk	Jumlah Barang
1	Tas	46
2	Dompot	23
3	Earphone	11
4	Alat <i>make up</i>	5
5	Kabel data (<i>USB</i>)	5
6	Alat Tulis	4
7	<i>Parfume</i>	4
8	<i>Powerbank</i>	3
9	Botol Minum	3
10	Bantal leher	2
Jumlah		106

Sumber: Diolah dari data primer, 2019

Berdasarkan data pada tabel, dapat dilihat berbagai macam produk yang dibeli oleh mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis D-III yang paling dibeli adalah tas sebanyak 46 sedangkan urutan kedua dompet sebanyak 23 dan urutan berikutnya *earphone*, *Alat make up*, Kabel data (*USB*), Alat Tulis, *Parfume*, *Powerbank*, Botol Minum dan Bantal leher. Alasan pembelian tas pada produk miniso terbanyak karena produk yang dibeli banyak varian warna, motif dan bahan yang digunakan tebal, jahitannya juga rapi dan tidak mudah rusak. Kualitas produk dimiliki menjadi faktor sebagai keputusan pembelian terhadap produk miniso.

Kualitas produk pasti memiliki kelebihan dan kekurangan pada masing-masing produk. Konsumen akan mencari informasi sebanyak mungkin untuk produk yang dibelinya dengan membandingkan satu produk dan produk lainnya. Konsumen akan memutuskan produk apa yang akan

dibelinya setelah melakukan perbandingannya. Kualitas produk yang baik akan mempengaruhi perusahaan dimata konsumen utnuk lebih dikenal baik. Hal tersebut, konsumen akan memilih kualitas produk yang baik untuk dibeli dan sebaliknya jika kualitas produk buruk maka konsumen akan memikirkan kembali untuk membeli produk tersebut.

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 adanya pernak-pernik lucu dari produk tersebut. 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 (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)?”.

1.3 Ruang Lingkup

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 Administrasi Bisnis D-III.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

1. Bagi Penulis
Dapat meningkat 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

Penelitian ini dilakukan pada Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis yang berlokasi di Jalan Sriwijaya Negara, Palembang 30139. Dimana Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis D-III pengguna produk miniso.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan Proposal Laporan Akhir ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2015:308), terdapat dua jenis sumber data yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah 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.

b. 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

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penelitian Laporan Akhir adalah sebagai berikut:

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

1. 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.

b. 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 sedang dibahas dalam Laporan Akhir.

1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:177), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna Produk Miniso pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:118), sampel merupakan bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Roscoe dalam Sugiyono (2013:164) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

- 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 (misalnya korelasi atau regresi ganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = (\text{variabel X} + \text{variabel Y}) \times 10$$

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Maka dapat ditentukan sampelnya dengan menggunakan saran-saran dari Roscoe bagian c, yaitu:

$$n = (\text{variabel X} + \text{variabel Y}) \times 10$$

Keterangan:

n = Penentu Sampel

Variabel X = Variabel yang mempengaruhi yaitu jumlah kualitas produk dengan indikator enam dimensi

X1 = Kinerja (*performance*)

X2 = Karakteristik Pelengkap (*Range and of features*)

X3 = Keandalan dan Daya Tahan (*reability and durability*)

X4 = Kemudahan dan pelayanan (*maintainability and Serviceability*)

X5 = Penampilan, Daya Tarik dan Corak Produk (*Sensory Characteristic*)

X6 = Profil dan Citra Produk (*Ethical profile and image*)

Variabel Y = Keputusan Pembelian

Maka penentuan sampelnya adalah :

$$n = (\text{variabel X} + \text{variabel Y}) \times 10$$

$$n = (6 + 1) \times 10$$

$$n = 70$$

Jadi, didapat jumlah sampelnya adalah sebesar 70 sampel.

c. Teknik Sampel

Probability Sampling adalah pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2008:92).

Teknik sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah Simple Random Sampling. Teknik ini digunakan dengan pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2008:93).

1.5.5 Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Teknik Analisis Kualitatif

Menurut Sugiyono (2013:28), data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto. Teknik analisis secara kualitatif menjelaskan dan membandingkan antara teori dan praktek yang terjadi, yang bersumber dari buku-buku pedoman yang berhubungan dengan masalah yang dianalisa.

b. Teknik Analisis Kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2013:28), data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkatkan. Dalam penelitian ini data kuantitatif didapat melalui perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan alternative jawaban yang ada pada Skala Likert.

Menurut Riduwan (2018:38), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Di dalam Skala Likert atau setiap pertanyaan yang ada untuk setiap variabelnya telah diskalakan dengan skor 1-5. Berikut ini adalah tingkatan tabel Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1.2

Tabel Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, (2013:168)

Penulis juga melakukan perhitungan hasil kuesioner akan dilah menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution) 16.0 for windows*. Dari pengolahan data tersebut akan diperoleh hasil berupa informasi mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk miniso pada mahasiswi Jurusan Administrasi Bisnis D-III. Metode yang akan dianalisis berupa:

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahitan sesuatu instrumen (Yusi dan Idris, 2009:88)

Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Adapun pengujinya dengan menilai r_{hitung} harus lebih besar dari r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data tersebut dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka data tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu pengukuran dikatakan reliable apabila pengukuran tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten dengan pengukuran berulang-ulang (Yusi dan Idris, 2009:90).

Untuk menguji kehandalan variabel atau item yaitu dengan menggunakan uji *Cronbach Alpha* 0,6 dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *alpha* lebih dari 0,6 ($\alpha > 0,6$) sedangkan jika nilai *alpha* kurang dri 0,6 ($\alpha < 0,6$) maka tidak reliabel.

c. Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2013:277), analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen (kreterium), bila dua atau lebih variabel independen prediktor dimanipulasi dinaik turunkan

nilainya). Jadi, analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen minimal dua variabel. Penulis menggunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian produk Miniso
a	= Konstanta dari persamaan regresi
b ₁ , b ₂ , b ₃ , b ₄ , b ₅ , b ₆	= Koefisien regresi dari masing-masing dimensi
X ₁	= Kinerja (<i>performance</i>)
X ₂	= Karakteristik Pelengkap (<i>Range and of features</i>)
X ₃	= Keandalan dan Daya Tahan (<i>reability And durability</i>)
X ₄	= Kemudahan Pengoperasian dan Pelayanan (<i>maintainability and Serviceability</i>)
X ₅	= Penampilan, Daya Tarik dan Corak Produk (<i>Sensory Characteristic</i>)
X ₆	= Profil dan Citra Produk (<i>Ethical profile and image</i>)
e	= Standar Error