

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Kemajuan jaman telah mempengaruhi banyak hal, antara lain kebutuhan dan keinginan atau gaya hidup yang meningkat dan beraneka ragam. Bagi masyarakat yang ditinggal di perkotaan, mereka akan dihadapkan dengan banyaknya tawaran akan barang dan jasa. Sehingga mereka akan memilih barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Pada saat ini banyak perusahaan yang berkembang di bidang fashion, salah satunya Sewet Bahari. Sewet Bahari merupakan suatu usaha yang menjual pakaian dari batik Jumptan. Produk dari Sewet Bahari dibuat dengan bahan yang berkualitas dan menggunakan motif terbaru untuk para pelanggan setianya. Sewet Bahari menjual produk yang terdiri dari Jilbab, Cardigan, Kaftan, Celana, Kemeja dan banyak lainnya. Sewet Bahari melengkapi produknya dengan varian yang beraneka ragam dengan fungsinya masing-masing, hal itu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan setianya. Sewet Bahari menargetkan remaja sampai wanita dewasa sebagai target pasarnya.

Tingginya persaingan antar usaha di kota Palembang yang menjual produk serupa berdampak pada konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam membeli produk yang mereka inginkan. Untuk tetap bertahan dalam bisnis ini tentu saja para pengusaha harus menetapkan suatu strategi yang bagus tanpa mengenyampingkan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Salah satu cara Sewet Bahari bertahan yaitu dengan menjual produk yang berkualitas.

Penting bagi seorang pembisnis untuk memperhatikan kualitas produk yang mereka jual. Menurut Tjiptono dalam Putra, dkk (2017:126), kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Menurut Saputra (2017:88) kualitas produk menjadi salah satu

hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen sebab konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Hal ini dapat didukung oleh pendapat Rusel dalam Saputra, dkk (2017:89) bahwa kualitas produk memiliki peran penting terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, sebab kualitas produk yang baik membawa dampak yang baik untuk perusahaan.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Amstrong, 2012:226). Menurut Saputra (2017:88-89) produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Menurut Shahrudin, dkk dalam Oktavenia & Ardani (2011:1381) kualitas produk memainkan peran penting dalam mengambil keputusan suatu pembelian. Hal ini juga dapat didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Monalisa dalam Putra (2015:126) yang mengungkapkan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan menciptakan keputusan pembelian.

Namun dengan strategi yang telah dilakukan dalam mempertahankan usahanya, Sewet Bahari terkadang tidak mendapatkan hasil penjualan yang mencukupi target penjualan melalui penurunan penjualan yang diakan ditunjukkan oleh tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Pakaian Sewet Bahari

No	Tahun	Bulan	Target (Lembar)	Pencapaian (Lembar)
1	2019	September	300	283
2		Oktober	300	321
3		November	300	478
4		Desember	300	535
5	2020	Januari	300	200
6		Februari	300	220

Sumber: Laporan Penjualan Sewet Bahari, 2020.

Berdasarkan Tabel 1.1 kita dapat melihat naik dan turunnya pencapaian penjualan yang terjadi pada Sewet Bahari. Sewet Bahari mengalami penurunan target penjualan pada bulan September namun pada bulan selanjutnya mengalami kenaikan yang signifikan dikarenakan pada bulan tersebut Sewet Bahari banyak mengikuti berbagai kegiatan bazar, sehingga penjualan mengalami peningkatan dari target yang telah ditetapkan. Namun pada bulan Januari dan Februari Sewet Bahari kembali mengalami penurunan yang cukup besar. Menurut Nitisemito dalam Khuriyati (2013:4-5) penurunan penjualan yang terjadi dapat disebabkan beberapa faktor antara lain faktor *intern* yang meliputi kualitas barang, persediaan bahan baku, dan teknologi, faktor *ekstern* yang meliputi selera konsumen, barang pengganti (*substitusi*), pesaing, pemasok (*supplier*).

Untuk mengukur suatu kualitas produk penulis meneliti melalui beberapa indikator, menurut menurut Orville, Larreche & Boyd dalam Wati (2013:4) Kinerja (*Performance*), Daya tahan (*Durability*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*), Fitur (*Features*), Reliabilitas (*Reliability*), Estetika (*Aesthetics*), Kesan Kualitas (*Perceived Quality*).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan penulis maka pada kesempatan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang?
- b. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah agar lebih terarah dalam penulisan laporan akhir ini. Adapun ruang lingkup dari pembahasan ini mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Laporan akhir ini bertujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada Sewet Bahari. Serta diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis, menerapkan ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan, menambah pengalaman dan wawasan pada penelitian bidang pemasaran
- 2) Bagi Instansi/Perusahaan, sebagai sarana masukan guna mengetahui dimana harus melakukan perbaikan dan

pembaruan dalam upaya meningkatkan penjualan bagi instansi.

- 3) Bagi akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan atau bahan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam membuat laporan ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Penelitian dilakukan pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang, yang beralamat di jalan R. Sumpah Pemuda No. 1796 Palembang, mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang. Objek penelitian merupakan pelanggan yang sudah pernah membeli produk Sewet Bahari.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, menurut Sugiyono (2012:139). Pada penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti yang berhubungan atau berkaitan dengan kualitas produk dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan Sewet Bahari.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media yang bersumber dari literature, buku-buku, serta dokumen perusahaan (Sugiyono, 2012:141). Penulis memperoleh data sekunder melalui dokumen dari tempat/objek penelitian, buku-buku, dan jurnal.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis melakukan penelitian dengan mengunjungi Sewet Bahari secara langsung mewawancarai pegawai dan juga menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang berkunjung pada toko tersebut tersebut. Menurut Sugiyono (2009:193) bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara:

a. Wawancara

Menurut Umar (2013:5) wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan salah satu konsumen Sewet Bahari untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian.

b. Metode angket (*Kuesioner*)

Metode angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada koresponden untuk kemudian dijawabnya (Sugiyono, 2018:219). Dalam hal ini, data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang sudah disebarkan penulis kepada pada pelanggan Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda melalui *Google Form*. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert.

Menurut Sugiyono (2018:132) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 1.2 Skala Pengukuran Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Ridwan dan Akdon (2013:40)

c. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengambil data yang sifatnya sekunder, misalnya pengetahuan mengenai gambaran umum perusahaan dan tinjauan pustaka yang berhubungan dengan pemasaran serta membaca dan mempelajari buku-buku, jurnal, internet dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiono (80:2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda Palembang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono 2018:131). Apabila populasi besar peneliti dapat mengambil sampel dari populasi

tersebut dikarenakan dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu.

Dalam Sugiono (2018:149) Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel seperti berikut ini:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (Misalnya: pra-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s.d 20.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan di teliti pada Sewet Bahari penulis menggunakan saran nomor 1 yaitu pada penelitian ini penulis menggunakan 120 sampel.

c. Teknik Sampling

Penulis menggunakan teknik sampling *Nonprobability Sampling* dengan metode sampling *Purposive*. Menurut Sugiyono (2017:85) Sampling *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah orang yang sudah pernah membeli produk sewet bahari.

1.5.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016:41) variabel penelitian didefinisikan sebagai berikut: “Variabel penelitian merupakan karakteristik yang melekat pada unit analisis penelitian yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Dalam kegiatan penelitian, variabel penelitian nilainya akan diukur, dikumpulkan, dianalisis dan disimpulkan.”

Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel

yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2016:42).

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Sewet Bahari Cabang Sumpah Pemuda”, maka variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Operasional Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Sumber
1	Kualitas Produk	- Kinerja Produk (<i>Performance</i>)	Orville, Larreche dan Boyd (Wati 2013:4)
		- Daya Tahan (<i>Durability</i>)	
		- Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)	
		- Fitur (<i>Features</i>)	
		- Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	
		- Estetika (<i>Aesthetics</i>)	
		- Kesan Kualitas (<i>Preceived Quality</i>)	
2	Keputusan Pembelian	- Pengenalan Masalah	Kotler dan Armstrong (Putri 2017:18-19)
		- Pencarian Informasi	
		- Evaluasi Alternatif	
		- Keputusan Pembelian	
		- Perilaku Pasca Pembelian	

1.5.6 Analisa Data

a. Analisis Kualitatif

Menurut Sugiono (2017:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Secara umum penelitian

menggunakan untuk menjelaskan deskripsi responden berdasarkan faktor demografi.

b. Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiono (2017:8) Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif.

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan *Corelation Product Moment* yang dikembangkan oleh Pearson.

Uji validitas instrument dapat menggunakan rumus korelasi. Rumus korelasi menurut Umar (2013:166) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

n = Jumlah sampel (responden)

2) 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 reabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kehandalan data yang diperoleh untuk diteliti. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak maka menggunakan batasan Cronsbachs's alpha yaitu 0.6. Menurut Sekaran dalam Priyatino (2011:120) “ Relia bilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.”

Menurut Saifuddin (2007:78) rumus yang digunakan adalah:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{Sx^2} \right]$$

Keterangan :

- α = Nilai reliabilitas
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum S_j^2$ = Jumlah varians butir
- $\sum Sx^2$ = Jumlah varians total

3) Uji t (Parsial)

Adapun pernyataan hipotesis pada uji t adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh antara kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_1 = Ada pengaruh antara kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y)

Dengan dasar pengambilan keputusan:

a) Membandingkan statistik hitung dengan statistik tabel:

jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

- b) Menggunakan taraf signifikan $> 0,025$ maka H_0 diterima, artinya kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jika taraf signifikan $< 0,025$, maka H_0 ditolak artinya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Ghozali (2016) dapat menggunakan rumus gin:

$$t = \frac{b_1}{se(b_1)}$$

Keterangan :

b_1 = Koefisien parameter

sb_1 = Standar error koefisien parameter

4) Korelasi

Korelasi adalah salah satu analisis dalam statistik yang dipakai untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Analisis korelasi merupakan studi pembahasan mengenai derajat hubungan atau derajat asosiasi antara dua variabel, misalnya variabel X dan variabel Y.

Rumus korelasi menurut Umar (2013:166) adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

n = Jumlah sampel (responden)

5) Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu dan variabel lain. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu:

a) Variabel Independen atau bebas (X)

Menurut Hamid (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 Hamid (2013:157), variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini variabel Y adalah keputusan pembelian

Menurut Sugiyono (2014:270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$a = \frac{\sum x}{n}$$

$$\beta = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Setelah didapatkan nilai a dan β maka selanjutnya dimasukkan kedalam persamaan regresi sederhana berikut ini:

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

Dimana :

Y = Variabel Keputusan Pembelian

α = Bilangan Konstan

β = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $(-)$ maka terjadi penurunan.

X = Variabel Kualitas Produk.

