

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini, persaingan di dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk memasarkan produk atau jasa mereka yang disesuaikan dengan trend yang berkembang dikalangan konsumen. Begitu pula di bisnis furniture yang juga sekarang ini mulai berkembang cukup pesat di Indonesia. Perusahaan pada hakikatnya ingin menjadi pemimpin pasar pada persaingan yang dihadapi dalam dunia bisnis. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk berpikir lebih kritis dan reaktif terhadap persaingan yang terjadi. Perusahaan dituntut untuk menggunakan strategi yang tepat dalam rangka mempertahankan produk agar tetap diminati oleh pelanggan lama dan menciptakan pelanggan baru. Perusahaan dapat menjadi pemimpin pasar melalui perjuangan yang panjang dalam memenangkan persaingan bisnis sehingga mampu menguasai pangsa pasar terbesar; hasil inovasi kreatif; atau memang menjadi pihak yang pertama dalam memasuki pasar dengan produknya yang spesifik, (Tjiptono, 2002). Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian konsumen secara penuh, semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan, dan bahkan menyingkirkan produk yang berkualitas buruk, termasuk juga pada industri furnitur.

Kualitas produk dapat disampaikan melalui ciri-ciri produk berwujud, salah satunya adalah manfaat dari produk tersebut. Kualitas produk adalah keadaan fisik, bahan material, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat

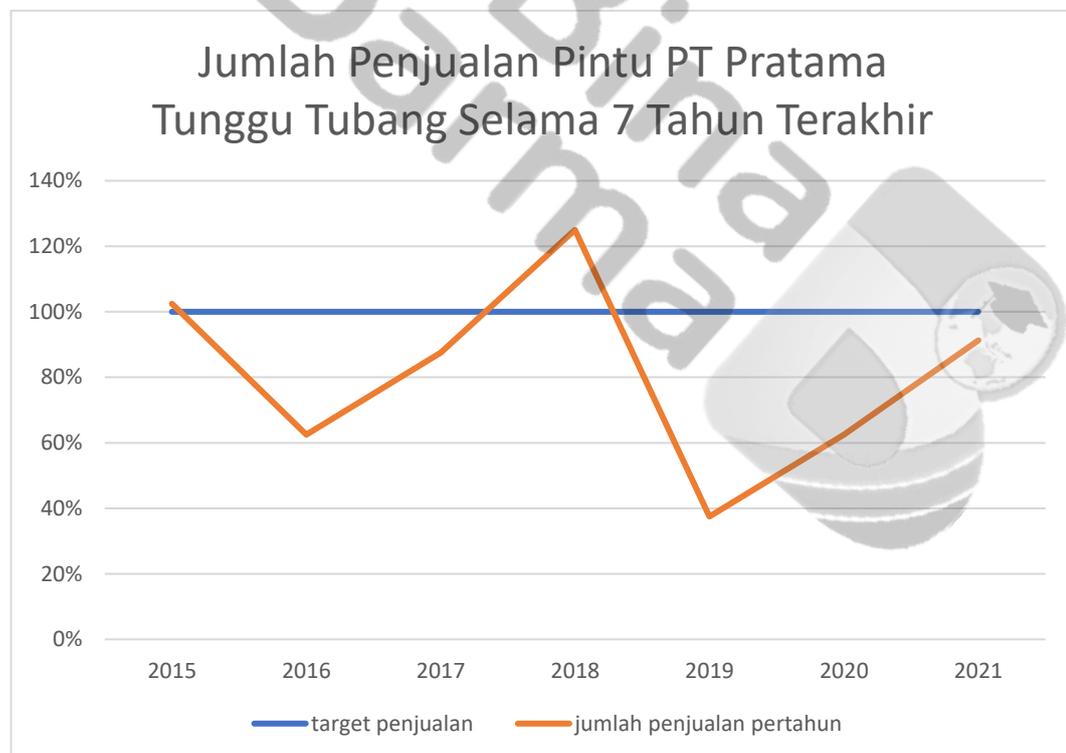
memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan (Prawirosentono, 2004). Didalam pembelian konsumen biasanya memperhatikan bagaimana kualitas produk yang ditawarkan berkenaan dengan manfaat yang akan diperolehnya apakah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak. Menurut Zeithaml dalam Tjiptono, (1997) kualitas produk merupakan keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan, (Ranto, 2014).

Dalam proses pembelian, konsumen tidak begitu saja membeli dan memilih produk yang mereka inginkan. “Djarmiko dan Pradana (2016) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan akhir konsumen dalam membeli produk yang terbentuk dari serangkaian tahap aktivitas perilaku pra-pembelian. Aghekyan-Simonian dkk. (2012) menjelaskan lebih lanjut serangkaian kegiatan tersebut yaitu dimulai dengan mengidentifikasi beberapa alternatif dan diakhiri dengan memilih alternatif yang spesifik untuk ditindaklanjuti untuk mengurangi berbagai persepsi risiko” (Raven, 2017).

PT Pratama Tunggu Tubang merupakan salah satu PT yang bekerja di bidang industri perkayuan, di mana PT ini beralamat di Desa Pajar Bulan Kecamatan Semende Darat Ulu Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan JL Lintas Pajar Bulan Kampung 5 Desa Pajar Bulan. PT ini mulai bergerak pada tahun 2010 dimana dari menggunakan alat manual sampai menggunakan mesin mesin yang sudah modern. PT Pratama Tunggu Tubang memproduksi berbagai jenis olahan kayu seperti Lemari, Kusen, Jendela, Meja dan peralatan berbahan

dasar kayu. Namun dalam penelitian yang saya lakukan ini saya hanya membahas tentang satu produk yaitu pintu, karna pintu adalah produk unggulan PT Pratama Tunggu Tubang dan pintu adalah produk yang paling banyak dijual oleh PT Pratama Tunggu Tubang.

Gambar 1.1 dibawah ini merupakan chart jumlah penjualan pintu PT pratama tunggu tubang selama 7 tahun terakhir dari tahun 2015 sampai tahun 2021.



Sumber : PT Pratama Tunggu Tubang, 2022

**Gambar 1.1 Jumlah Penjualan Pintu PT Pratama Tunggu Tubang
Selama Tahun 2015 – 2021**

Berdasarkan gambar 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan pintu selama 7 tahun terakhir mengalami fluktuasi, hal ini terjadi karena minat

beli konsumen yang berubah ubah dan daya beli konsumen yang tidak stabil, jika dilihat banyaknya penjualan pintu di tahun 2015 sebanyak 820 pintu mengalami penurunan di tahun 2016, hal ini di karenakan permintaan pasar yang berubah ubah sehingga pada tahun 2016 PT Pratama Tunggu Tubang hanya menjual pintu sebanyak 500 buah, namun penjualan pintu PT Pratama Tunggu Tubang pada tahun 2017 mengalami peningkatan dikarenakan permintaan pasar yang berubah kembali dan penyesuaian desain baru dan material pintu menjadi penentu kenaikan keputusan pembelian konsumen sehingga ditahun 2017 penjualan pintu PT Pratama Tunggu Tubang sebanyak 700 buah dan untuk penjualan pintu di tahun 2018 sebanyak 1000 buah. Namun ditengah perkembangan era moderen seperti sekarang ini, minat konsumen kembali berubah ubah dikarenakan banyaknya desain pintu yang lebih menyesuaikan terhadap minat konsumen dan material yang beragam semakin menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen mengakibatkan pintu berbahan kayu kurang diminati, ditambah dengan daya beli konsumen yang mengalami penurunan dikarenakan pandemi Covid-19 yang mulai memasuki indonesia penjualan pintu di PT Pratama Tunggu Tubang kembali mengalami penurunan, dimana di tahun 2019 PT Pratama Tunggu Tubang hanya mampu menjual pintu sebanyak 300 pintu. Ditahun 2020 PT Pratama Tunggu Tubang mengalami kenaikan jumlah penjualan sebanyak 500 pintu dan di tahun 2021 jumlah penjualan sebanyak 730 pintu. Dibawah ini merupakan contoh pintu yang di produksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang. PT Pratama Tunggu Tubang hanya memproduksi 1 model pintu demi mempermudah produksi secara masal.



Sumber: PT Pratama Tunggu Tubang, 2022

Gambar 1.2 Pintu Hasil Produksi PT Pratama Tunggu Tubang

Studi awal penelitian ini menemukan beberapa permasalahan yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah penjualan, seperti yang dikatakan oleh pimpinan PT Pratama Tunggu Tubang menyatakan bahwa “kebanyakan konsumen lebih menyukai desain pintu yang klasik, harga terjangkau dengan kualitas standar”, sedangkan hasil wawancara kepada konsumen PT Pratama Tunggu Tubang menyatakan bahwa “kami lebih menyukai pintu berdesain moderen dan berbahan dasar kayu jati yang kokoh dan tahan lama”. Permasalahan ini perlu dilakukan solusi penyelesaian dengan cara melakukan penelitian terhadap konsumen agar dapat mengetahui keinginan konsumen dan meningkatkan jumlah penjualan (PT Pratama Tunggu Tubang).

Beberapa hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa desain produk (desain pintu) dan kualitas produk (Jenis kayu) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut Basrah Saidani, M.Aulia Rachman, dan Mohamad Rizan (2013) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur” dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Saidani, 2013). Dewi Saidatul Mukarromah dan Chusnul Rofiah (2019) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata” dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Desain produk dan Kualita produk berkontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian. Semakin baik desain yang dibuat serta kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian (Mukarromah, 2019). Daniel Reven dan Augusty Tae Ferdinand (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)” menunjukkan bahwa desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Reven, 2017).

Dari ketiga penelitian terdahulu diatas, terdapat persamaan yang sama dimana desain produk dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh sebab itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT Pratama Tunggu Tubang dengan judul “Pengaruh Desain Produk (Model pintu) dan Kualitas Produk (Jenis kayu) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Pratama Tunggu Tubang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh desain produk (desain pintu) terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk (Jenis kayu) terhadap keputusan pembelian konsumen?
3. Seberapa besar pengaruh desain produk (desain pintu) dan kualitas produk (Jenis kayu) terhadap keputusan pembelian konsumen?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis perlu membatasinya, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang dibahas dalam penelitian ini adalah pintu yang di produksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang.
2. Data yang digunakan adalah data hasil kuisisioner konsumen dan calon konsumen PT Pratama Tunggu Tubang berupa desain produk (desain pintu), kualitas produk (jenis kayu) dan keputusan pembelian konsumen.
3. Tipe desain yang digunakan adalah desain produk (desain pintu) yang di produksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang.

1.4 Tujuan Skripsi

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh desain produk (desain pintu) terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Mengetahu pengaruh kualitas produk (Jenis kayu) terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Mengetahu pengaruh desain produk (desain pintu) dan kualitas produk (Jenis kayu) terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5 Manfaat Skripsi

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menyajikan informasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang bersifat ilmiah serta sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai bahan pembelajaran untuk mengetahui pengaruh desain produk (desain pintu) dan kualitas produk (Jenis kayu) terhadap keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi PT Pratama Tunggu Tubang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan dalam produk pintu di PT Pratama Tunggu Tubang dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

1.6 Keaslian Penelitian

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan menjadi acuan pada penelitian ini yaitu:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Tahun	Judul	Metode Yang Digunakan	Objek Penelitian	Variable Yang Digunakan		Rumusan masalah	Tujuan penelitian	Hasil Penelitian
					Independen	Dependen			
1	Basrah Saidani M.Aulia Rachman Mohamad Rizan 2013	Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur	Regresi Linier Berganda	Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur	Kualitas Produk Desain Produk	Keputusan Pembelian	apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah jakarta timur? apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah jakarta timur? apakah kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah jakarta timur?	untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian	"1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu futsal Adidas. Persentase sumbangan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 10,7%. Sedangkan sisanya sebesar 89,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. 2. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu futsal Adidas. Persentase sumbangan pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 7,3%. Sedangkan sisanya sebesar 92,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. 3. Kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal Adidas. 4. Persentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas produk dan desain produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar"
2	Dewi Saidatul Mukarramah, Chusnul Rofiah 2019	Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata	Regresi Linier Berganda	Sepatu Merek Bata	Citra Merek, Desain Produk Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek bata? apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek bata? apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek bata? apakah kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek bata?	untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian	"Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa Citra merek, Desain produk dan Kualitas produk berkontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian. Semakin baik citra merek, desain yang dibuat serta kualitas sepatu Bata maka semakin tinggi pula keputusan pembelian sepatu bata. Maka sesuai dengan simpulan tersebut diatas, disarankan kepada perusahaan untuk selalu membuat inovasi-inovasi dalam menciptakan model sepatu terbaru dan diiringi dengan kualitas yang baik maka konsumen akan memberikan kesan positif terhadap sepatu Bata. Toko sepatu Bata Jombang juga perlu memperhatikan keputusan pembelian terutama merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian Toko sepatu Bata Jombang misalnya dengan menciptakan image yang baik kepada konsumen. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan variabel penelitian misalnya menggunakan variabel harga dan promosi, sehingga dapat diperoleh temuan lainnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan, misalnya kepuasan konsumen dengan loyalitas Toko sepatu Bata Jombang dengan menggunakan analisis diskriminan"
3	Made Laksmiti Saraswati	Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan	Regresi Linier Berganda	Kampung Batik Wiradesa, Kabupat	Desain Produk, Kualitas Produk,	Keputusan Pembelian	apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten	untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	"Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa,

Ari Pradha nawati	Harga Terhadap Keputusan Pembelian	en Pekalongan	Harga	pekalongan?	untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian	Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan upaya pengembangan atau inovasi desain produk menjadi lebih bervariasi, modern dan mengikuti perkembangan zaman, hal tersebut dapat menarik minat konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap produk Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.
Wahyu Hidayat	Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan			apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan?	untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa suatu usaha yang mampu meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan akan dinilai baik oleh konsumen dan memberikan rasa puas karena telah memenuhi harapan konsumen akan suatu produk.
2014				apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan?	untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian	3. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan antara terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya harga maka keputusan pembelian akan turun dan sebaliknya apabila harga turun maka keputusan pembelian akan meningkat. Keinginan konsumen pada dasarnya adalah mendapat produk yang bagus baik dari segi penampilan ataupun kualitas dengan harga yang murah atau terjangkau. Apabila pengrajin dapat memberikan harga yang sesuai dengan kepuasan yang diperoleh konsumen, maka hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.
				apakah kualitas produk, desain produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan?		4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk, kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Apabila pengrajin mampu mengembangkan desain produknya menjadi lebih menarik, meningkatkan kualitas produk menjadi lebih baik, dan memberikan harga yang sesuai dengan apa yang didapatkan konsumen, maka hal tersebut akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian terhadap produk Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan."

Sumber: penelitian terdahulu

Basrah Saidani, M.Aulia Rachman dan Mohamad Rizan (2013) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur" berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dewi Saidatul Mukarromah dan Chusnul Rofiah (2019) dalam jurnalnya yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata" Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa Citra merek, Desain produk dan Kualita produk berkontribusi terhadap peningkatan keputusan

pembelian. Semakin baik citra merek, desain yang dibuat serta kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Maka sesuai dengan simpulan tersebut diatas, disarankan kepada perusahaan untuk selalu membuat inovasi-inovasi dalam menciptakan model sepatu terbaru dan diiringi dengan kualitas yang baik maka konsumen akan memberikan kesan positif terhadap sepatu Bata.

Made Laksmi Saraswati, Ari Pradhanawati dan Wahyu Hidayat (2014) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan” dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa : “1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan upaya pengembangan atau inovasi desain produk menjadi lebih bervariasi, modern dan mengikuti perkembangan zaman, hal tersebut dapat menarik minat konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap produk Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. 2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa suatu usaha yang mampu meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan akan dinilai baik oleh konsumen dan memberikan rasa puas karena telah memenuhi harapan konsumen akan suatu produk”.

Berbagai penelitian tentang Desain Produk, Kualitas Produk dan Keputusan beli sudah banyak diteliti, penelitian tersebut menerangkan beberapa faktor seperti kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Olehsebab itu, penulis mencoba melakukan penelitian terhadap pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen PT Pratama Tunggu Tubang.

