

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tiap-tiap manusia mempunyai alasan yang berbeda pada saat akan mengambil keputusan sehingga alasan tersebut mempengaruhi tindakan pengambilan keputusan. Dalam pasar yang kompetitif sekarang ini, sebagian besar konsumen meletakkan suatu premi yang tinggi pada kualitas. Ataukah suatu bisnis yang menghasilkan produk, jasa atau beberapa kombinasi dari keduanya. Pencapaian tingkat kualitas yang tepat merupakan faktor yang penting dalam keberhasilan dan keberlangsungan hidup bisnis.¹

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan produk yang bermutu, berprestasi atau inovatif.²

Dari sudut pandang pemasaran, kualitas berarti kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Definisi ini berfokus pada pelanggan dan bagaimana pelanggan berfikir suatu produk akan memenuhi tujuan tertentu. Banyak bisnis yang hanya berpura-pura untuk mencapai standar kualitas yang tinggi, sementara hasilnya

¹ Longenecker Justin G dan Carlos Moore, *Kewirausahaan, manajemen usaha kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 538

² Philip Kotler dan Kevin Lannen Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2007), 18

ialah produk dengan kualitas yang gagal atau kualitas yang tidak sesuai. Kualitas telah menjadi elemen yang sangat penting dalam sebuah usaha untuk memenangkan persaingan industri pasar lokal maupun global. Dalam hal kualitas sangat penting bagi setiap wirausahawan dan perusahaan untuk dapat mengelola kualitas (*managing quality*) produknya dengan sangat baik. Pengelolaan kualitas tersebut bertujuan untuk mengelola pelanggan (*customer management*) dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan (*customer satisfaction*).³

Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk selain kualitas produk yaitu *price* atau harga, harga dari produk juga tidak boleh dikesampingkan. Karena jika penetapan harga dalam sebuah produk tidak sesuai dengan pasar maka kemungkinan sangat kecil untuk produk tersebut akan terjual dan laku di pasaran. Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketing channels*. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran pada umumnya.⁴

³ Joseph P. Cannon, dkk., *Pemasaran Dasar Edisi 16*, Pendekatan Manajerial Global, Buku 1, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 286

⁴ Ipa Audina BR Harahap dan Wahyu Hidayat, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker wajah Mustika Ratu", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 7, No. 3 (2018): 2

Industri mebel (*Furniture*) merupakan industri yang mengolah bahan setengah jadi menjadi bahan jadi yang meliputi kayu batangan atau bahan mentah diolah menjadi barang setengah jadi dan hingga akhirnya diolah menjadi produk barang jadi yang disebut dengan mebel (*Furniture*) yang mempunyai nilai tambah dan mempunyai manfaat yang lebih tinggi. Di Indonesia sentral-sentral ukir yang paling besar ialah di Jawa Tengah yaitu tepatnya di Kota Jepara yang sudah tidak bisa diragukan lagi kualitas ukirannya dan ciri khas ukirannya yang sangat diminati oleh berbagai kalangan.⁵

Jepara merupakan salah satu dari beberapa kota industri yang bergerak di bidang Mebel. Kursi ukir khas Jepara yang banyak diminati oleh para pembeli, karena memiliki banyak pilihan motif ukir yang menarik minat pembeli dengan motif-motif yang unik, khas dan terkenal di masyarakat luas serta kualitas yang tentunya tidak bisa diragukan lagi. Karena dari beberapa ribu warga Kota Jepara mayoritas pekerjaannya ialah pengrajin yang bekerja di sektor ukir.⁶

Perkembangan mebel di Kota Jepara yang saat ini sedang mengalami penurunan akibat tingginya harga bahan baku kayu jati. Semakin banyak pengusaha mebel yang mengeluh atas tingginya harga bahan baku kayu jati dan permintaan konsumen yang semakin menurun faktor harga yang semakin naik karena dari bahan baku yang semakin

⁵ Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

⁶ Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

langka dan sulit untuk di dapatkan. Sehingga demi berjalannya usaha dan tidak mengurangi kualitas produk sedikitpun maka para pengusaha mebel banyak melakukan produksinya dengan menggunakan bahan kayu jati semi.⁷

Kayu yang biasa digunakan di mebel empat putri furniture yaitu kayu kualitas TPK atau yang biasa disebut kayu abangan (kayu perhutani) dan kayu jati biasa atau kayu semi. Kedua kualitas kayu tersebut memiliki harga yang berbeda. Untuk kayu abangan atau kayu TPK (kayu perhutani) merupakan kayu yang masa tebangnya ditentukan dan dilakukan oleh pemerintah, sehingga kayu tersebut memiliki kualitas yang super bagus dan warna yang kuning kemerahan. Sedangkan kayu yang kualitas semi memiliki kualitas urat yang lumayan bagus tetapi tidak sebgas kayu TPK dan memiliki kadar air yang masih banyak dan warna kayu kuning keputih-putihan.⁸

Produk mebel yang diproduksi di UD. Empat Putri Furniture tergolong bahan setengah jadi karena memproduksi rangka kursi yang nantinya masih diolah menjadi kursi jadi atau sofa dan siap pakai. Mayoritas produk yang ada di UD. Empat Putri Furniture ialah rangka kursi kelas menengah ke

⁷ Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

⁸ Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

atas jadi kualitas sangat diperhatikan, harga dan manfaatnya juga sangat diperhatikan sesuai kebutuhan konsumen.⁹

Tabel 1. 1. Harga Menurut Jenis Kayu

NO	NAMA BARANG	HARGA	KUALITAS
1.	Kursi Tamu Ukir	5.000.000 – 7.000.000	Kayu Jati Abangan (TPK)
2.	Kursi Tamu Ukir	2.000.000 - 4.500.000	Kayu Jati Putihan (Semi)
3.	Meja Tamu Ukir	2.000.000 - 3.000.000	Kayu Jati Abangan (TPK)
4.	Meja Tamu Ukir	1.000.000 - 2.000.000	Kayu Jati Putihan (Semi)

Sumber: UD. Empat Putri Furniture, 2020

Tabel 1. 2. Harga Menurut Barang Jadi

NO	NAMA BARANG	HARGA	UNIT
1.	Kursi Tamu Full Ukir		
	- Florist	6.000.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Bellagio	5.500.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Syahrini	2.500.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Lesti	5.000.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Bintang Lima	6.000.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Bungan	6.000.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Seribu	2.000.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Romawi Biasa	2.000.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Sayap	6.000.000	1 Set/ 3.2.1.1
	- Barcellona		
2.	Meja Tamu Full Ukir		
	- Meja Bellagio	1.500.000	1 Set

⁹ Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

- Meja Ganesa	400.000	1 Set
- Meja Ketapang	500.000 2.500.000	1 Set 1 Set
- Meja Mangkok	300.000	1 Set
- Meja Romawi		

Sumber: UD. Empat Putri Furniture, 2020

Dalam memahami keputusan pembelian, perusahaan terlebih dahulu harus dapat memahami sifat-sifat keterlibatan konsumen terhadap produksi. Tingkat keterlibatan antara konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh persoalan produk yang dirasakan kualitas serta manfaatnya. Dengan kata lain, apakah seseorang terlibat atau tidak terhadap suatu produk dan ditentukan oleh apakah berpengaruh atau tidak dalam pengambilan keputusan pembelian produk. Oleh sebab itu dapat kita ambil kesimpulan bahwa ada konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi dalam keputusan pembelian dan ada juga yang memiliki keterlibatan rendah dalam pembelian suatu produk.¹⁰

Menurut hasil survei pada tahun 2018 – 2021 menunjukkan bahwa masih ada pembeli yang merasa kurang puas dengan hasil produksi mebel ukir dari UD. Empat Putri Furniture. Karena sebagian produk ukirannya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan karena beda pengukir beda juga hasil ukiran yang didapat, selain itu ada celah-celah kerusakan

¹⁰ Danang Sunyoto, Teori Kuesioner dan analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 65

kayu dalam produk tersebut akibat kurang pengecekan saat akan dikirim dan harga yang ditawarkan juga belum sesuai dengan kualitasnya. Oleh sebab itu setiap mengirim barang kepada pembeli ada saja barang yang cacat dan harus di servis ulang oleh pengrajin.¹¹

Tabel 1.3. Data Penjualan tahun 2018 – 2021

Tahun	Customer/tahun	Volume penjualan/tahun
2018	240	960.000.000
2019	240	960.000.000
2020	200	800.000.000
2021	230	920.000.000

Sumber: UD. Empat Putri Furniture Jepara, 2021

Dari data tersebut menunjukkan adanya penurunan penjualan di tahun 2020 dan di tahun 2021 mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan. Kejadian tersebut menunjukkan adanya faktor-faktor tertentu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UD. Empat Putri Furniture. Dimana kualitas produk dan harga yang diberikan memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian.¹²

Perkembangan bisnis yang semakin kompetitif memungkinkan UD. Empat Putri Furniture untuk terus menyediakan produk-produk yang motifnya sesuai dengan perkembangan dunia industri furniture terutama pada

¹¹ Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

¹² Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

ukirannya dan layanan sempurna kepada pelanggan melalui kenyamanan ruang penerima *customer*, melalui layanan personal website hingga layanan pengiriman produk. Dengan persaingan yang semakin ketat di industri furniture UD. Empat Putri Furniture dituntut untuk dapat mempertahankan konsumen dan mampu merumuskan strategi bisnisnya, terutama dalam strategi pemasaran. Iklim bisnis sedang memburuk akibat wabah covid-19. Oleh sebab itu salah satu cara untuk mempertahankan *customer* adalah dengan meningkatkan sistem tampilan, memperhatikan kualitas dan meningkatkan desain dalam ukiran terutama untuk menarik banyak pembeli.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam penelitian yang dilakukan oleh Ratna Dwi Kartika Sari dan Sri Rahayu Tri Astuti, tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas produk memiliki pengaruh kecil terhadap keputusan pembelian.¹³

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian Ipa Audina Br Harahap, Wahyu Hidayat, tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah

¹³ Ratna Dwi Kartika Sari dan Tri Rahayu Sri Astuti, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang, “Diponegoro Journal Of Management”, Vol.1, No.1, (2012), 11

Mustika Ratu (Studi kasus pda Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang)”. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk dan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun, terdapat dua indikator yang nilainya dibawah rata-rata variabel yaitu, mengenai persepsi konsumen terhadap kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Berdasarkan hal tersebut makadapat diartikan bahwa semakin baik persepsi konsumen mengenai kualitas produk dan harga, maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen akan produk tersebut.¹⁴

Melalui latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merasa tertarik untuk menulis penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Mebel Ukir terhadap Keputusan pembelian Pada UD. Empat Putri Furniture Jepara”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

¹⁴ Ipa Audina Br Harahap dan Wahyu Hidayat, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Mustika Ratu (Studi kasus pda Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang), “Jurnal Administrasi Bisnis”, Vol. 7, No.3, (2018), 5

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk mebel ukir terhadap keputusan pembelian di UD. Empat Putri Furniture Jepara?
2. Bagaimana pengaruh harga jual mebel ukir terhadap keputusan pembelian di UD. Empat Putri Furniture Jepara?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembelian pada UD. Empat Putri Furniture Jepara?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UD. Empat Putri Furniture Jepara.
2. Untuk menguji pengaruh harga jual terhadap keputusan pembelian pada UD. Empat Putri Furniture Jepara.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga jual terhadap keputusan pembelian pada UD. Empat Putri Furniture Jepara.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan lagi bagi peneliti lain khususnya yang akan meneliti di bidang furniture dan dikembangkan lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi UD. Empat Putri Furniture

Dapat memberikan informasi penting bagi UD. Empat Putri untuk menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga jual mebel ukir terhadap keputusan pembelian serta sebagai bahan evaluasi bagi pihak perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan harga jual. Supaya tidak ada lagi penurunan penjualan akibat produk yang tidak sesuai dengan harganya.

b) Bagi Peneliti

Menambah ilmu pengetahuan tentang dunia bisnis yaitu khususnya dunia furniture yang selama ini teorinya sudah dipelajari dan kedepannya bisa mempraktekkannya langsung untuk melindungi seni ukir yang saat ini sudah mulai langka.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan menelaah pokok permasalahan yang dianalisis, maka sistematika pembahasan dalam skripsi ini disajikan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal skripsi ini memuat: halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan majelis penguji munaqosah, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman motto, halaman persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian isi

Bagian ini merupakan bagian pokok dari pembahasan skripsi yang terdiri dari lima bab, diantaranya:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang merupakan penjabaran dari teori kualitas produk, harga dan keputusan pembelian, serta teori lainnya yang mendukung . Selain itu bab ini berisi

hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum UD. Empat Putri Furniture Jepara, gambaran umum responden, hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil uji asumsi klasik, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian ini berisi daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.