

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK MEBEL DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI CV.TABOLA**

(Studi Pada CV.Tabola Mebel Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat)

**The Influence Of Furniture Product Quality And Design On Purchasing Decisions In
CV.Tabola**

(Study On CV.Tabola Furniture Taliwang West Sumbawa District)



Oleh:

YUNI SASWITA
216120074

**KONSENTRASI ENTREPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK MEBEL DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI CV.TABOLA**

(Studi Pada CV.Tabola Mebel Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat)

**The Influence Of Furniture Product Quality And Design On Purchasing Decisions In
CV.Tabola**

(Study On CV.Tabola Furniture Taliwang West Sumbawa District)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu
Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Mataram



Oleh:

YUNI SASWITA

216120074

**KONSENTRASI ENTREPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK MEBEL DAN DESAIN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CV.TABOLA
(Studi Pada CV.Tabola Mebel Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat)

S K R I P S I

Oleh:

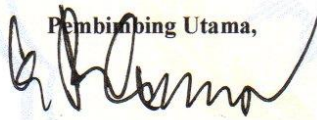
YUNI SASWITA
216120074

Skripsi ini saya susun dalam rangka memenuhi dan melengkapi persyaratan untuk meraih gelar sarjana (S1) pada jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Universitas Muhammadiyah Mataram
Telah mendapat persetujuan pada tanggal, Agustus 2020

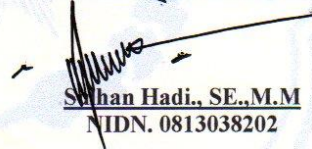
Menyetujui

Pembimbing Utama,



Drs.H.Abdurrahman., MM
NIDN. 0804116101

Pembimbing Pendamping,




Sulhan Hadi., SE.,M.M
NIDN. 0813038202

Mengetahui,

Kapro diStudi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

Ketua,


Lalu Hendra Maniza,S.So.,M.M.
NIDN . 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK MEBEL DAN DESAIN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CV.TABOLA**

(Studi Pada CV.Tabola Mebel Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat)

Oleh:

YUNI SASWITA

216120074

Naskah Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dalam sidang ujian yang diselenggarakan:

Mataram, Agustus 2020

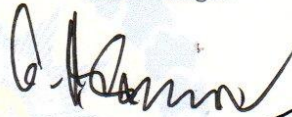
Dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana (S1) pada jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Mataram

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Pembimbing Utama

Drs.H.Abdurrahman.,MM
NIDN.0804116101



2. Pembimbing Pendamping

Sulhan Hadi., S.E., M.M
NIDN. 0813038202

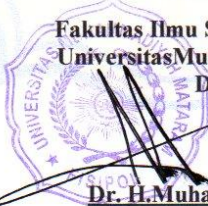



3. Penguji/Penetrals

Lalu Hendra Maniza,S.Sos.,M.M
NIDN. 0828108404

Mengesahkan,

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan,**



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuni Saswita

Nim : 216120074

Konsentrasi : Entrepreneur

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Mebel Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Di CV.Tabola (Studi Pada CV.Tabola Mebel Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat).

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri, sepanjang pengetahuan penulis tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan dan karya ilmiah yang lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan yang tidak dipaksakan.

Mataram, Agustus 2020

Peneliti,



Yuni Saswita

216120074



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YUNI SASWITA
NIM : 216120074
Tempat/Tgl Lahir : LAMPOR, 19 Januari 1998
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas : Fisipol
No. Hp/Email : 082 339 274 481
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh kualitas produk mebel dan derain terhadap
Keputusan Pembelian di CV Tabola
(Studi pada CV Tabola Talwang Kabupaten Sumbawa
Barat)

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 24-08-2020

Penulis
METERAI
TEMPEL
23022BAHF585460062
6000
ENAM RIBURUPIAH
YUNI SASWITA
NIM. 216120074

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Lampok pada tanggal 19 Januari 1998, Sebagai anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan ibu Syamsiah dan bapak Samiruddin. Jenjang pendidikan penulis bermula dari SDN Lampok tahun 2003, dan melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) di Smp Negeri 1 Brang Ene pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Smk Negeri 1 Brang Ene dari tahun 2012 sampai tahun 2015.

Pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Mataram. Kemudian tahun 2019 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Aik Mual, Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah NTB, Selama 60 hari. Dan pada tahun yang sama penulis juga mengikuti kegiatan Magang di kantor PT. Taspen (Persero) Nusa Tenggara Barat. Magang selama 2 bulan dari Pertengahan bulan November 2019 sampai pertengahan bulan Januari 2020.

MOTTO

“Hanya Pendidikan Yang Bisa Menyelamatkan Masa Depan, Tanpa Pendidikan Indonesia Tak Mungkin Bertahan”.

-Najwa Shihab-

“Dan Bahwasannya Manusia Tidak Akan Memproleh Selain Apa yang Telah Dusahakannya”.

-An Najm : 39-

“Pendidikan Mempunyai Akar Yang Pahit, Tapi Buahnya Manis’.

-Aristoteles-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan, ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Mebel Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Di CV.Tabola” ini dapat penulis selesaikan dengan baik dan lancar. Dengan ini saya persembahkan karya sederhana ini untuk :

1. Kedua orang tua saya, khususnya Ibu saya yang telah mendoakan dan memberikan lautan motivasi, semangat, cinta dan kasih sayang yang tiada tara.
2. Kedua abangku Hisyafan dan Robiansyah. Dan adek saya satu-satunya Yuyun Nurul Halika.
3. Bapak Drs.Abdurrahman., MM dan Bapak Sulhan Hadi., S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing saya, semoga kalian sehat selalu dan segala kebaikan kalian dibalas dengan seribu kali lipat kebaikan.
4. Terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua Konsumen CV.Tabola yang telah membantu saya menyelesaikan penelitian saya dan bersedia mengisi data Kuesioner yang saya butuhkan.
5. Terimakasih juga untuk sahabat saya Olivia Ra'afriani, Tantri Pragita, Nur Novianah, Retno Larasati dan teman-teman yang tak dapat saya sebut namanya satu persatu bersama kita lewati suka duka bimbingan skripsi, senang bisa dipertemukan dengan kalian sebagai pejuang sarjana administrasi Bisnis. See you on top !

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada peneliti. Sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Mebel Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Di CV.Tabola (Studi pada CV.Tabola Mebel Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat)”**. sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) Pada program sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuandari berbagai pihak . untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. H.Muhammad Ali , M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.sos., M.M. Selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Bapak Drs. H.Abdurrahman, M.M. Selaku Dosen Pembimbing I Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

5. Bapak Sulhan Hadi, S.E. M.M. Selaku Dosen Pembimbing II Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan selama penyusunan skripsi.
7. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu serta memberikan dukungan.

Peneliti mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong peneliti-peneliti selanjutnya.

Mataram, Agustus 2020

YUNI SASWITA
NIM:216120074

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK MEBEL DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CV.TABOLA (STUDI PADA CV.TABOLA MEBEL TALIWANG KABUPATEN SUMBAWA BARAT)

OLEH:

YUNI SASWITA

(216120074)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dalam pengaruh kualitas produk mebel dan desain terhadap keputusan pembelian di CV.Tabola Taliwang.

Untuk mencapai tujuan tersebut, metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui kuesioner dengan responden (Konsumen CV.Tabola) jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji t (parsial) dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil yang menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada CV.Tabola bahwa kualitas produk mebel dan desain berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda bahwa variabel kualitas produk dan desain adalah yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain, Keputusan Pembelian

ABSTRACT
INFLUENCE OF FURNITURE PRODUCT QUALITY AND DESIGN ON PURCHASE
DECISION IN CV.TABOLA
(STUDY ON CV.TABOLA MEBEL TALIWANG, WEST SUMBAWA DISTRICT)

BY:
YUNI SASWITA
(216120074)

This study aimed to determine how much the influence of the quality of furniture product is and design on purchasing decisions at CV.Tabola Taliwang. To achieve this goal, the quantitative research method was used. The data in this study were obtained through a questionnaire to respondents (consumer of CV.Tabola), the number of samples used in this study were 50 respondents. The data analysis technique used was multiple linear regressions, t test (partial) and the coefficient of determination (R^2). The results showed that the qualities of furniture products and designs have a significant effect on purchasing decisions. Based on the results of multiple linear regression analysis, the product quality and design variables are the most dominant in influencing purchasing decision variables.

Keywords: Product Quality, Design, Purchase Decision

INFLUENCE OF FURNITURE PRODUCT QUALITY AND DESIGN ON
PURCHASE DECISION IN CV.TABOLA (STUDY ON CV.TABOLA MEBEL
TALIWANG, WEST SUMBAWA DISTRICT)

BY:
YUNI SASWITA
(216120074)

ABSTRACT

This study aimed to determine how much the influence of the quality of furniture products is and design on purchasing decisions at CV Tabola Taliwang. To achieve this goal, the quantitative research method was used. The data in this study were obtained through a questionnaire to respondents (Consumer of CV Tabola), the number of samples used in this study were 50 respondents. The data analysis technique used was multiple linear regressions, t test (partial) and the coefficient of determination (R²). The results showed that the qualities of furniture products and designs have a significant effect on purchasing decisions. Based on the results of multiple linear regression analysis, the product quality and design variables are the most dominant in influencing purchasing decision variables.

Keywords: Product Quality, Design, Purchase Decision

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM
Kepala
LABORATORIUM BAHASA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

Moh. Fauzi Bafadal. M.Pd

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1. Secara Teoritis	6
2. Secara Akademik.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	8

2.2.1	Kualitas Produk	10
2.2.2	Desain	10
2.2.3	Keputusan Pembelian	12
2.2.4	Hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian.....	14
2.2.5	Hubungan Desain Dengan Keputusan Pembelian	17
2.2.6	Proses Pengambilan Keputusan	18
2.3	Kerangka Konseptual	18
2.4	Hipotesis.....	21
1.	Variabel Kualitas	22
2.	Variabel Desain	22
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Pendekatan penelitian	
3.2	Jenis Penelitian	23
3.3	Lokasi Penelitian.....	24
3.3.1	Lokasi Penelitian	24
3.4	Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1	Populasi	24
3.4.2	Sampel	24
3.5	Sumber dan Jenis Data.....	25
3.5.1	Sumber Data.....	25
3.5.2	Jenis Data	26
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7.1	Angket.....	27
3.7.2	Dokumentasi	28
3.8	Teknik Analisis Data.....	29
3.8.1	Uji Instrumen Penelitian.....	30
1.	Uji Validitas	30
2.	Uji Reliabilitas.....	30
3.8.2	Uji Hipotesis.....	31
1.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
2.	Uji T (Uji Parsial).....	32
3.	Koefisien Determinan (R^2).....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 34		

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
4.2 Deskripsi Data	35
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.4 Uji Validitas Dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....	50
4.5 teknik Analisis Data	54
4.6 Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Mebel
- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu
- Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel
- Tabel 3.2 Bobot Kriteria Jawaban
- Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan
- Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan
- Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Daya Tahan
- Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kesesuaian dengan spesifikasi
- Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Reliabilitas
- Tabel 4.8 Penilaian Indikator Variabel Kualitas Produk (X_1)
- Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Indikator Model
- Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Berdasarkan Indikator Mutu Kesesuaian
- Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Berdasarkan Indikator Tahan Uji
- Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Indikator Kemudahan Perbaikan
- Tabel 4.13 Penilaian Indikator Variabel Desain (X_2)
- Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Indikator Pengenalan Kebutuhan
- Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Indikator Pencarian Informasi
- Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Indikator Penilaian Pilihan
- Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Indikator Keputusan Pembelian
- Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Indikator Perilaku Pasca Beli
- Tabel 4.19 Penilaian Indikator Variabel Keputusan Pembelian
- Tabel 4.20 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel
- Tabel 4.21 Hasil uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)
- Tabel 4.22 Hasil uji Reliabilitas Variabel Desain (X_2)
- Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)
- Tabel 4.24 Tabel Hasil Uji T
- Tabel 4.25 Hasil Regresi Linear Berganda
- Tabel 4.26 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini industri mebel masih menjadi primadona di daerah-daerah tertentu di Indonesia sebagai lahan untuk mencari nafkah. Hal ini dikarenakan industri mebel Indonesia masih memiliki pamor yang mengkilap di pentas perdagangan dunia (Arif, 2009). Di Indonesia khususnya di Kabupaten Sumbawa Barat memiliki sentra-sentra industri mebel yang memiliki keunikan tersendiri.

Hal ini merupakan potensi yang sangat besar untuk terus dikembangkan, sehingga kontribusinya terhadap perekonomian daerah ini bisa makin signifikan. Hal ini juga merupakan potensi ekonomi yang harus di dorong terus pertumbuhannya agar dari waktu ke waktu mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah dan nasional (Tjahyono, 2010). Di Kabupaten Sumbawa Barat ini memiliki salah satu toko mebel yang bernama CV.Tabola. Di kabupaten sumbawa barat ini usaha mebel CV.Tabola banyak produsennya baik berbentuk badan hukum maupun perorangan sebagai pengrajin mebel dengan penghasilan yang lumayan tinggi.

Usaha mebel ini di rintis dari usaha mebel kecil yang hanya bermodalkan sedikit. Usaha ini di mulai sejak tahun 2010 silam. Usaha mebel ini berfokus pada furniture yang berbahan baku kayu jati yang menjaga kualitas furniture. Furniture yang di produksi oleh CV.Tabola ini berfokus pada furniture kelas premium yang bergaya klasik maupun minimalis. CV.Tabola juga mebuat produk dengan tipe indoor adalah furniture yang berada di dalam ruangan seperti kursi, meja, lemari, meja makan.

CV.Tabola juga memasarkan produknya di berbagai tempat di Kabupaten Sumbawa Barat. Namun demikian adanya persaingan dari beberapa industri mebel lainnya yang berada di Kabupaten Sumbawa Barat yang tidak berdampak pada penjualan dari tahun ke tahun.

Dalam pembelian mebel kualitas produk dan desain adalah faktor penentu utama keputusan pembelian konsumen. Beberapa peneliti terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain mempengaruhi keputusan pembelian. Yang menyatakan bahwa kualitas produk dan desain mempengaruhi secara signifikan .

Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian (schiffmandan kanuk, 2008:485). Setiap hari konsumen mengambil berbagai keputusan mengenai setiap aspek kehidupan sehari-hari. Tetapi kadang mengambil keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana mengambil keputusan ini tanpa memikirkan bagaimana mengambil keputusan dan apa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan ini. Pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan (Schiffman dan Kanuk, 1008:485). Jika konsumen mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian atau pilihan menggunakan waktu, maka konsumen tersebut berada dalam posisi untuk pengambilan keputusan. Sebaliknya jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian Tertentu atau mengambil tindakan tertentu, maka keadaan satu satunya tanpa pilihan lain ini bukanlah suatu keputusan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung pada persepektif atau ciri-ciri yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Jika di analisis lebih jauh kualitas akan menguntungkan dalam jangka panjang karena keuntungan eksternal yang diperoleh dari kepuasan konsumen dan keuntungan internal yang di peroleh dari adanya perbaikan efisiensi produk (Ratnasari Dan Aksa,2011:104). Untuk itu, perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan hal ini dikenal dengan perilaku konsumen. Hubungannya dengan keputusan pembelian suatu produk atau jasa.

Desain produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena desain sangat penting terutama pembuatan dan pemasaran. Desainer harus menemukan Berapa banyak yang diinvestasikan dalam

bentuk pengembangan desain, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, dan gaya. Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah di buat dan didistribusikan. Bagi pelanggan produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang penampilannya menyenangkan dan mudah di buka, dipasang, digunakan, diperbaiki dan disingkirkan. Desainer harus memperhitungkan semua faktor ini. Pendapat atas desain yang baik sangat meyakinkan terutama bagi perusahaan produk konsumen yang lebih kecil dan perusahaan pemula yang tidak mempunyai anggaran iklan yang besar (Kotler Dan Keller, 2009:11).

Tabel 1.1

Data Penjualan Produk Mebel

Periode Tahun 2017-2019

NO	KETERANGAN	PENJUALAN		
		2017	2018	2019
1	Lemari	155	177	186
2	Kursi	245	257	280
3	Meja	245	255	270
4	Rak	149	167	189

Sumber: CV.Tabola 2017-2019

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa penjualan produk mebel dari tahun 2017 sampai tahun 2019 selalu terjadi kenaikan penjualan. Hal ini disebabkan oleh kualitas dan desain yang di tawarkan oleh CV.Tabola ini sesuai dengan permintaan konsumen. Karena setiap orang memiliki sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama maka dari itu CV.Tabola berusaha untuk memuaskan selera konsumen dengan cara memenuhi kenyataan sesuai dengan yang diharapkan.

Alasan pemilihan judul proposal ini karena keputusan pembelian seseorang tidak muncul begitu saja akan tetapi, didasari oleh dorongan terlebih dahulu. Dorongan tersebut dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal. Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian selalu

mempertimbangkan hal yang berhubungan dengan kualitas dari suatu produk yang akan dibeli. Di CV.Tabola menyajikan desain dan kualitas produk yg berbeda dengan Toko mebel yang ada di Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat. Yang dimana toko ini selalu banyak pengunjung atau konsumen yang datang untuk membeli produk dari toko mebel CV.Tabola. Dengan adanya took mebel CV. Tabola, konsumen bias memilih jenis mebel dari yang minimalis, klasik, hingga yang jenis modern. Faktor Faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan jenis mebel sangatlah ber beda.

Toko mebel CV.Tabola ini mudah ditemukan juga karena lokasinya sangat strategis dan dekat dengan jalan raya. Bukan hanya dari kalangan menengah ke atas yang membeli produk mebel dari toko ini melainkan kalangan kelas menengah kebawah juga ramai mengunjungi toko mebel CV.Tabola . Namun demikian tidak menutup kemungkinan bahwa usaha mebel tersebut ramai dikunjungi oleh konsumen jika pengelolanya mampu memahami perilaku dari para konsumennya.

Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh toko mebel CV.Tabola ini, sebab semua itu menyangkut hubungan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Jika pengalaman konsumen pada pembelian sebelumnya adalah positif maka konsumen mempunyai kecenderungan untuk mengulangi pembelian dengan memilih kualitas dan desain yang sama pada pembelian berikutnya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa judul dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH KUALITAS PRODUKMEBEL , DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL DI KABUPATEN SUMBAWA BARAT”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan rumusan masalah diatas yakni sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ?
2. Bagaimana pengaruh desain terhadap keputusan pembelian ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui pengaruh desain terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bisa dijadikan landasan dalam mengembangkan model penelitian mengenai pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan yang lebih komprehensif dengan objek yang lebih luas.

2. Secara Akademisi

Penelitian ini membantu untuk syarat menyelesaikan studi S1 yang sedang ditempuh oleh peneliti

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Terdahulu

NO	Keterangan	Variabel Penelitian	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Soewito, 2013 (Kualitas produk, merek, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio)	Variabel bebas: - Kualitas produk - Merek - Desain Variabel Terikat: - Keputusan Pembelian	Kuantitatif	Sama-sama meneliti tentang kualitas produk dan desain	- Tahun penelitian merek, dan desain - terhadap keputusan pembelian
2	Suatma, 2013 (Analisis strategi inovasi atribut produk kualitas dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada skuter matic merek honda vario dikota semarang)	Variabel Bebas: - Inovasi produk - Kualitas produk Variabel Terikat: - Keputusan Pembelian	Kuantitatif	Variabel Bebas: - Kualitas produk Variabel Tergantung: - Keputusan Pembelian	- Inovasi Produk - Tempat Penelitian
3	Dedi Nurdiansyah, 2017 (pengaruh kualitas produk dan harga Terhadap keputusan Pembelian produk Sepatu olahraga Merek adidas)	Variabel Bebas: - Kualitas produk - Harga Variabel Terikat: - Keputusan Pembelian	Kuantitatif	Variabel Bebas: - Kualitas Produk Variabel Tergantung: - Keputusan Pembelian	harga terhadap Keputusan pembelian sepatu olahraga merek adidas

Sumber: Berbagai Jurnal dan skripsi (2019)

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Produk

Menurut Slam Nasution (2005 : 15) Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai

upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007 : 42).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), kualitas produk (*product quality*) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, kehandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam pengguna.

Dimensi kualitas produk menurut Fandy Tjiptono (2008) yaitu :

- 1) *Performance* (kinerja), merupakan kaarakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang di beli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan
- 2) *Durability* (daya tahan), yang berarti daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu di gantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan di persepsikan lebih berkualitas di banding produk yang cepat habis atau cepat di ganti.
- 3) *Conformance to specifications* (Kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu kesesuaian sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah di tetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, Standar karakteristik operasional adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Ini semacam “janji” yang harus di penuhi produk. Produk yang memiliki kualitas dari dimensi ini berarti sesuai dengan standarnya.
- 4) *Features* (fitur), merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Fitur bisa meningkatkan kualitas produk jika kompetitor tidak memiliki fitur tersebut

- 5) *Reliability* (Reabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan akan gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional kesesuaian dengan spesifikasi.
- 6) *Aesthetics* (estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalkan bentuk fisik, model atau desain yang artistik, warna dan sebagainya.
- 7) *Perceived quality* (Kesan kualitas), yaitu persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan di beli, maka pembeli mempersepsikan kualitas dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.
- 8) *Serviceability*, yaitu kualitas produk di tentukan atas dasar kemampuan di perbaiki mudah, cepat, dan kompeten. Produk yang mampu di perbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

2.2.2 Desain

Desain adalah konsep yang lebih besar daripada gaya (kotler dan Amstrong, 2008:273). Konsep lain desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009:11).

Desain lebih dari kulit luar, desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya (Kotler dan Amstrong, 2008:273). Desain yang baik dinilai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Lebih dari sekedar menciptakan atribut produk dan spesifikasi teknis yang lebih memikirkan bagaimana cara pelanggan menggunakan dan mengambil manfaat dari produk (Kotler Dan Amstrong, 2008:274).

Bila desain yang baik dapat meningkatkan nilai pelanggan memotong biaya dan menciptakan keunggulan kompetitif yang kuat, desain yang buruk bisa mengakibatkan hilangnya penjualan dan rasa malu (Kotler dan Armstrong, 2008:274). Desain sangat penting terutama pembuatan dan pemasaran jasa dan peralatan tahan lama. Desainer harus menemukan berapa banyak yang di investasikan dalam bentuk pengembangan kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan perbaikan, dan gaya. Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah dibuat dan didistribusikan. Bagi pelanggan, produk adayang dirancang dengan baik adalah produk yang penampilannya menyenangkan dan mudah dibuka, dipasang, digunakan diperbaiki dan disingkirkan. Desainer harus memperhitungkan semua faktor ini. Pendapat atas desain yang baik sangat meyakinkan terutama bagi perusahaan produk konsumen yang lebih kecil dan perusahaan pemula yang tidak mempunyai anggaran iklanyang besar (Kotler Dan Keller, 2009:11). Indikator Desain menurut Kotler (2005:131-138) :

- 1) Model menggambarkan seberapa jauh produk tampak dan berkenan bagi konsumen. Model member keunggulan ciri kekhususan produk yang sulit di tiru.
- 2) Mutu Kesusaian yang dimaksud dengan penyusuain adalah tingkat dimana desain produk dan karakteristik opsinya mendekati standar sasaran. Mutu kesusaian adalah tingkat kesusaian dan pemenuhan semua unit yang di produksi terhadap spesifikasi sasaran yang di janjikan. Hal ini disebut konformansi karena spesifikasinya.
- 3) Tahan uji (reliabilitas) merupakan ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan berfungsi salah atau rusak dalam suati periode waktu tertentu. Pembeli rela membayar lebih untuk produk-produk dengan reputasi reliabilitas yang lebih tinggi.
- 4) Kemudahan Perbaikan adalah suatu ukuran kemudahan perbaikan suatu produk yang mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan-kerusakan. Kemudahan perbaikan ideal akan

ada jika pemakai dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya murah atau tanpa biaya dan tanpa memakan waktu terlalu lama.

2.2.3 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli (Kotler dan Amstrong, 2008:181). Konsep lain keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian (Schiffman dan Kanuk, 2008:485). Kotler dan Keller (2009:188), mendiskripsikan keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan menurut Ginting (2012:50), keputusan adalah membeli merek yang paling dikehendaki konsumen.

Jika konsumen mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian atau pilihan antara melakukan pembelian menggunakan waktu, maka konsumen tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu atau mengambil tindakan tertentu, maka keadaan dan satu-satunya tanpa pilihan lain ini bukanlah suatu keputusan (Schiffman dan Kanuk, 2008:485).

Konsumen banyak mengambil keputusan pembelian setiap hari perusahaan bsar meneliti keputusan pembelian konsumen secara rinci untuk dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan: apa, dimana, bagaimana,berapa banyak, kapan dan mengapa mereka membeli. Pemasar dapat mempelajari pembelian konsumen untuk menjawab pertanyaan: apa. Dimana, bagaimana, dan berapa banyak mebeli. Tetapi mempelajari tentang mengapa perilaku pembelian konsumen tidak terlalu mudah (Ginting, 2012:33). Pemasar ingin

mengerti bagaimana stimuli dirubah menjadi tanggapan didalam bentuk pembeli, yang terdiri dari dua bagian pertama, ciri pembeli yang menyebabkan konsumen menerapkan, menerima dan beraksi terhadap stimuli. Kedua, proses keputusan itu sendiri yang mempengaruhi pembeli (Ginting, 2012:48).

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian

Proses keputusan konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa akan di pengaruhi oleh kegiatan oleh pemasar dan lembaga lainnya serta penilaian dan persepsi konsumen itu sendiri. Proses keputusan pembelian akan terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, kepuasan konsumen. Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen akan memberikan pengetahuan kepada pemasar bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang lebih baik. Persepsi konsumen akan mempunyai keputusan pembelian di karenakan orang mempunyai kesukaan dan kebiasaan yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi konsumen terutama didukung oleh kemampuan seseorang untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

Setiadi (2003:11-15) keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen sangat di pengaruhi oleh faktor kebudayaan sosial, pribadi dan psikologi:

- 1) Faktor kebudayaan merupakan faktor penentu yang mendasari keinginan dan perilaku seseorang. Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasaran harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, sub-budayanya, dan kelas sosial pembeli.
- 2) Faktor sosial terdiri atas kelompok referensi, keluarga serta peran dan status seseorang dalam lingkungannya. Perilaku konsumen juga akan di pengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen.

- 3) Faktor pribadi terdiri dari umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti, umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.
- 4) Faktor psikologis terdiri atas motivasi, persepsi, proses belajar serta kepercayaan diri dan sikap. Pilihan pembelian seseorang juga di pengaruhi oleh faktor psikologi yang utama, yaitu faktor motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

2.2.4 Hubungan Kualitas produk dengan keputusan pembelian

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau di implikasikan (Kotler dan Amstrong, 2008:272). Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas hubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler dan Amstrong, 2008:272). Kualitas produk mempunyai dua dimensi tingkat konsistensi. Dalam mengembangkan sebuah produk, mula-mula pemasar harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung *positioning* produk. Disini kualitas produk berarti kualitas kinerja kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Perusahaan jarang berusaha menawarkan tingkat kualitas kinerja setinggi mungkin sedikit pelanggan yang menginginkan atau mampu menjangkau tingkat kualitas tinggi yang di tawarkan perusahaan justru memilih tingkat kualitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran dan tingkat kualitas produk pesaing (Kotler dan Amstrong, 2008:273).

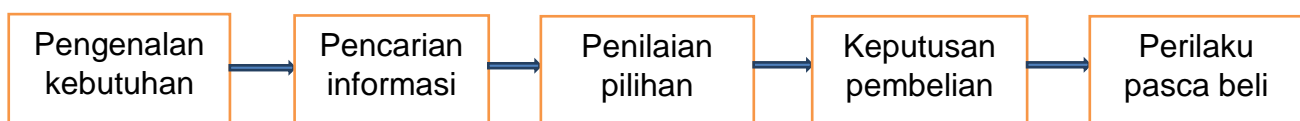
2.2.5 Hubungan antara Desain dengan keputusan pembelian

Desain adalah konsep yang lebih besar daripada gaya (Kotler dan Amstrong, 2008:273). Desain produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena desain sangat penting terutama pembuatan dan pemasaran jasa eceran, busana, barang kemasan, dan peralatan tahan lama. Desainer harus menemukan berapa banyak yang di investasikan dalam bentuk pengembangan fitur, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, dan gaya. Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah di buat dan di distribusikan. Bagi pelanggan, pruduk yang di rancang dengan baik adalah produk yang penampilannya menyenangkan dan mudah di buka, di pasang, di gunakan , di perbaiki dan di singkirkan. Desainer harus memperhitungkan semua faktor ini. Pendapat atas desain yang baik sangat meyakinkan terutama bagi prusahaan produk konsumen yang lebih kecil dan perusahaan pemula yang tidak mempunya anggran iklan yang besar (Kotler dan Keller, 2009;11).

2.2.6 Proses pengambilan keputusan

Proses pembelian dimulai jauh sesudah pembelian yang sesungguhnya. Pemasaran harus meberi perhatian kepada semua tingkatan proses dan bukan hanya pada tingkat keputusan pembelian saja. Menurut Ginting (2012:48).

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian



Sumber: Kotler dan Keller (2009:235)

Saat melakukan maksud pembelian konsumen dapat mengambil lima sub-keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian pilihan, keputusan pembelian, perilaku pasca bayar.. Melakukan pembelian produk sehari-hari, keputusan yang diambil lebih kecil. Beberapa kasus menunjukkan konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap desain. Pada setiap melakukan pembelian dan kenyataannya konsumen sering melompat melewati atau membalik pada tingkatan tertentu. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan sebagai berikut (ginting,2012:49):

1. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian mulai dengan pengenalan kebutuhan. Pembeli merasakan bedanya antara keadaan aktual dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal apabila salah satu kebutuhan normal personal meningkat cukup tinggi menjadi dorongan. Pada tingkat ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk mengetahui apa kebutuhannya, apa yang menyebabkan dan bagaimana mereka bisa sampai kepada pilihan produk tertentu

2. Pencarian Informasi

Bila dorongan konsumen cukup kuat dan produk memuaskan mudah didapat, maka konsumen akan membelinya. Kalau tidak konsumen akan menyimpan dalam ingatannya atau mencari informasi. Pada suatu tingkatan, informasi hanya masuk perhatiannya yang meningkat atau ia akan mencari informasi lebih lanjut dengan membaca iklan, menelpon atau lainnya. Umumnya konsumen mendapat informasi dari sumber komersial yang dapat dikendalikan oleh pemasar. Hal yang paling efisien untuk produk jasa adalah sumber personal. Sumber komersial biasanya memberitahukan sedang sumber personal memperkuat atau menilai.

3. Penilaian pilihan

Pemasar perlu mengetahui penilaian pilihan yakni bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada merek pilihannya. Kalau pemasar mengetahui timbangan atribut atau atribut yang penting ia akan berhasil dalam upaya pemasarannya.

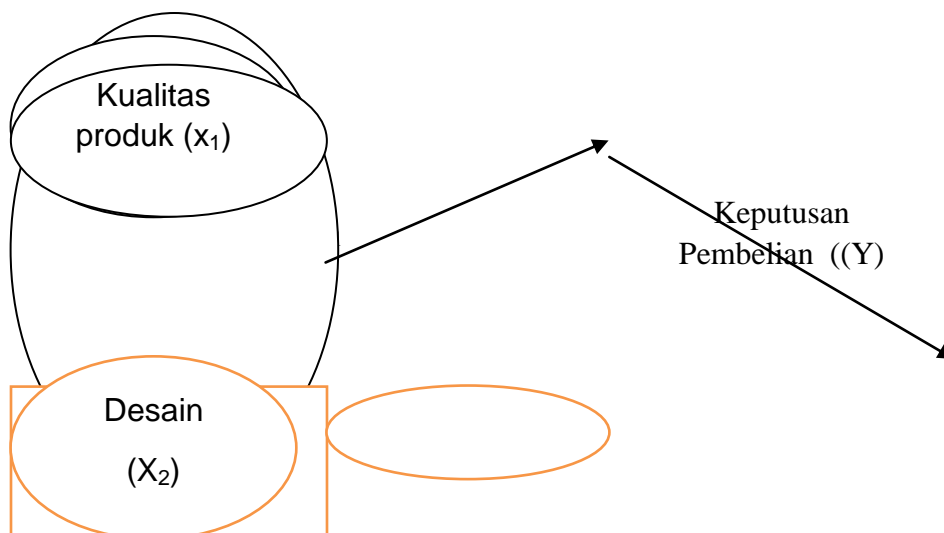
4. Keputusan pembelian

Dalam tingkat evaluasi, konsumen membuat urutan merek dan membentuk tujuan penilaian.

5. Perilaku pasca beli

Pekerjaan pemasar belum berakhir walaupun produk telah dibeli. Pas membeli konsumen dapat puas atau tidaknya dan akan memerlukan perhatian pemasar, yakni perilaku pasca beli. Hal yang menentukan kepuasan konsumen adalah apakah kinerja yang dirasakan konsumen. Nyaris pada semua pembelian akan terjadi karena keadaan tidak enak oleh masalah pasca beli. Konsumen dapat puas karena keuntungan yang diperoleh dari pembelian atau dapat menghindari kekurangan dari barang yang tidak dibeli. Bagaimanapun pembeli akan merasa tidak enak mengetahui kekurangan barang yang telah dibelinya atau kelebihan barang yang dibelinya. Oleh karena itu, biasanya konsumen akan mengalami rasa tidak enak setelah membeli.

2.3 Kerangka Konseptual



H₂

Keterangan :

—————→ : pengaruh secara signifikan

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari tinjauan pustaka (yaitu landasan teori dan penelitian terdahulu), tujuan penelitian serta merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti (Pedoman Penyusunan Skripsi FE Undip, 2008).

Dalam penelitian ini akan dirumuskan hipotesis guna memberikan arah dan pedoman dalam melakukan penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H₁: kualitas produk positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

H₂: Desain Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

H₃: kualitas produk dan desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian yang digunakan adalah Pendekatan Deduktif. Pendekatan Deduktif digunakan untuk menarik satu atau lebih kesimpulan berdasarkan seperangkat premis yang diberikan. Metode Penelitian Kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian

yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Variabel yang di teliti pada penelitian ini ada 2 variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel Independen pada penelitian ini adalah Kualitas (X1), Desain (X2), sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut dengan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017:7).

3.3 Lokasi Penelitian

3.3.1 Lokasi

lokasi penelitian ini akan dilakukan di Kabupaten Sumbawa Barat. alasan pemilihan lokasi ini karena di Kabupaten Sumbawa Barat memiliki lumayan banyak industri mebel. Dengan pertimbangan sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan maka obyek yang paling sesuai adalah di Kabupaten Sumbawa Barat.

3.4 Populasi

3.4.1 Populasi

Menurut Arikunto (2006 : 130), populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV.Tabola. jumlah konsumen di CV.Tabola adalah tidak terhingga karena factor keterbatasan, jadi peneliti ini melakukan secara sampling.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen CV.Tabola Taliwang Kabupaten Sumbawa Barat yang berjumlah 50 Orang Responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adaah *sampling* jenuh, yaitu teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel karena jumlah populasi dalam penelitian ini relatif kecil.

3.5 Sumber Dan Jenis data

3.5.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang di wakilinya.Sumber data penelitian di bedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer. (Sugiyono, 2015).Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

3.5.1.1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2015) Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data Primer diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada setiap industri mebel yang ada di Kabupaten Sumbawa Barat untuk menjadi responden dan mengisi kuesioner.

3.5.2 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2015), Jenis data di bedakan menjadi 2, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa kuantitatif.

3.5.2.1. Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2015) Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data Kuantitatif penelitian ini berupa data yang di dapat dari penyebaran kuesioner kepada usaha indistri mebel yang ada di kabupaten sumbawa barat.

3.6 Definisi Operasional Variabel

NO	VARIABEL	INDIKATOR
1	Kualitas produk (X_1) (Fandy Tjiptono, 2008:37)	<ul style="list-style-type: none">- Daya Tahan- Kesusaian dengan spesifikasi- Realibilitas
2	Desain (X_2) (Kotler, 2005:131-138)	<ul style="list-style-type: none">- Model- Mutu Kesusaian- Tahan Uji

		- Kemudahan Perbaikan
3	Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller (2009:235)	- Pengenalan kebutuhan - Pencarian informasi - Penilaian pilihan - Keputusan pembelian - Perilaku pasca beli

Sumber: *Bebagai Jurnal Dan Skripsi (2019)*

Variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini, Variabel bebas (Independen) antara lain Kualitas produk, dan Desain .Kemudian variabel (dependen) merupakan variabel yang di pengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian mebel di kabupaten sumbawa barat adalah variabel terikat. Pengambilan keputusan adalah proses masyarakat kabupaten sumbawa barat dalam menetapkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh calon pembeli berdasarkan referensi yang dimilikinya. Setiadi (2003 : 11-15) keputusan pembelian yang akan dilakukan konsumen sangat di pengaruhi oleh (1) Faktor Kebudayaan, (2) Faktor Sosial, (3) Faktor Pribadi, (4) Faktor Psikologi.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

3.7.1. Angket

Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen yang digunakan adalah angket atau kuesioner yang sudah divalidasikan oleh ahli

materi yaitu Prof. Wawan Sundawan S. Pada penelitian ini, instrumen yang di gunakan berupa angket yang berisi butir-butir pertanyaan dan pernyataan untuk memperoleh data tentang Pengaruh Kualitas produk , dan Desain terhadap keputusan pembelian mebel di Kabupaten Sumbawa Barat.

Untuk menghindari kecenderungan responden asal isi dan memilih skor tengah dari skala yang di gunakan, peneliti menggunakan skala empat yang tidak ada skor tengah atau titik netral (Handi Irawan, 2002 : 122). Penetapan skor pada instrumen untuk mengukur pengaruh merek, kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian mebel di Kabupaten Sumbawa Barat:

Tabel 3.2 Bobot kriteria jawaban (Sugiyono, 2013 : 141-142)

Keterangan	Arti	Angka
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
KS	Kurang Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber: Teori Skala Likert

3.7.2. Dokumentasi

Selain dari teknik-teknik pengumpulan data analisis, peneliti juga menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan untuk menjaga keutuhan dan kevalitan data yang diperoleh dalam penelitian ini. Dari segi fungsi dan kedudukannya dokumentasi dibedakan menjadi dua macam yaitu:

1. Dokumentasi formal, dokumen yang dikeluarkan oleh lembaga tertentu, seperti surat nikah dan peraturan-peraturan pemerintah.
2. Dokumentasi informal, dokumen yang semata-mata merupakan catatan pribadi seperti buku harian dan surat-surat pribadi (Ratna, 2010: 234).

Dengan demikian metode dokumentasi merupakan suatu cara penelitian untuk memperoleh data yang dilakukan dengan mencatat keterangan-keterangan yang ada dalam dokumen seperti arsip, profil, setruktur organisasi, dan peraturan-peraturan yang ada di kantor desa.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia (Sugiyono,2017).

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan suatu alat uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir.

Menurut (Sugiyono, 2010) dikatakan valid apabila menunjukkan derajat ketepatan data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Menurut (Arikuntu, 2006), dengan menggunakan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan, dibandingkan dengan nilai tabel korelasi nilai (r) dengan derajat kebebasan ($n-2$) dimana (n) menyatakan jumlah baris atau banyaknya responden.

Jika $r_{hitung} \geq r_{0,05} \rightarrow$ Instrumen valid

Jika $r_{hitung} < r_{0,05} \rightarrow$ Instrumen tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Cronbach's alpha* yang berguna untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai dapat diandalkan atau dipercaya. Rumus *Cronbach's alpha*:

$$\alpha = \frac{k-r}{i(k-r)}$$

keterangan:

r = rata – rata korelasi antar item

k = jumlah item

3.8.2 Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua (suharyadi dan purwanto, 2004:508).

adapun persamaan model regresi linier berganda tersebut adalah (Suharyadi dan Purwanto, 2011:210):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y : nilai prediksi dari Y

a : Bilangan konstanta

b_1, b_2, \dots, b_n : koefisien variabel bebas

X_1, X_2, \dots, X_n : variabel independen

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Desain

Model regresi dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$$P(Y) = a + b_1(BO) + b_2(LO)$$

Keterangan:

P : Produktivitas

b_1, b_2 : koefisien regresi

a : konstanta

Mendeteksi variabel X dan Y yang akan dimasukan (*entry*) pada analisis regresi di atas dengan bantuan *software* sesuai dengan perkembangan yang ada, misalkan sekarang yang lebih dikenal oleh peneliti SPSS. Hasil analisis yang diperoleh harus dilakukan interpretasi (mengartikan), dalam interpretasinya pertama kali yang harus dilihat adalah nilai F-hitung karena F-hitung menunjukkan uji secara simultan (bersama-sama), dalam arti variabel X_1, X_2, \dots, X_3 secara bersama-sama mempengaruhi terhadap Y.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji signifikansi individual (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat dengan melihat nilai probabilitas pada tingkat $\alpha = 0,05$ dan juga untuk mengetahui variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel terikat (Singgih,2003).

Sebelum melakukan uji t maka ditentukan dulu hipotesisnya.

1. $H_0 = \beta_1 = 0$ artinya tidak ada pengaruh positif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
2. $H_a = \beta_1 \neq 0$ artinya ada pengaruh positif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima, berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial

2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak, berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel dependen secara parsial.

Jika $sig > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima H_a ditolak dan jika $sig < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Jika H_0 ditolak berarti dengan tingkat kepercayaan tertentu (5%).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketetapan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu), koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipengaruhi untuk mengetahui presentasi perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).