

**UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DI TOKO
SUKAJADI BERDASARKAN FAKTOR YANG
DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMBELI
PRODUK MEBEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Maria Rizka Filiana

NPM : 2014610068



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2018**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Maria Rizka Filiana
NPM : 2014610068
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DI TOKO SUKAJADI
BERDASARKAN FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK MEBEL

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 31 Juli 2018

Ketua Jurusan Teknik Industri

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM)

Pembimbing Tunggal

(Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)



Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Maria Rizka Filiana

NPM : 2014610068

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“Upaya Peningkatan Penjualan di Toko Sukajadi Berdasarkan Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Membeli Produk Mebel”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 31 Juli 2018

Maria Rizka Filiana
2014610068

ABSTRAK

Toko Sukajadi merupakan salah satu toko yang berlokasi di Karawang. Toko Sukajadi menjual berbagai perlengkapan mebel. Masalah yang dialami Toko Sukajadi yaitu penurunan omset selama 3 tahun terakhir. Dampak yang ditimbulkan dari penurunan omset yaitu pengurangan pekerja dan pengurangan transportasi pengiriman. Berdasarkan pengamatan, banyak konsumen yang berkunjung ke Toko Sukajadi tetapi konsumen yang datang dan membeli hanya 15%. Maka, konsumen yang datang ke Toko Sukajadi diindikasikan memiliki niat beli yang rendah.

Tahap pertama, dilakukan identifikasi atribut yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli produk mebel. Tahap berikutnya adalah menentukan faktor dan variabel berdasarkan studi literatur serta penelitian sebelumnya. Setelah itu, penyusunan dan penyebaran kuesioner kepada konsumen Karawang. Hasil yang diperoleh dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, dilakukan uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen Karawang. Kemudian, hasil yang diperoleh dievaluasi terhadap penilaian konsumen Toko Sukajadi.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 5 buah variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan ketika konsumen Karawang membeli produk mebel. Variabel yang dipertimbangkan konsumen Karawang yaitu produk, harga, promosi, tempat, dan orang. Selanjutnya, didapatkan 16 atribut yang menjadi kelemahan dari Toko Sukajadi. Atribut tersebut diantaranya adalah kualitas, desain, variasi, merek, jaminan produk, harga yang terjangkau, metode pembayaran, kebijakan kredit, potongan harga, pemberian bonus, program reward, lokasi toko, tempat parkir, lingkungan pendukung, keramahan, dan informasi produk. Dengan demikian, usulan perbaikan untuk Toko Sukajadi adalah membuat *form* pengecekan produk, membuat *form* pembersihan produk, menyediakan produk yang ada iklan di TV, memberikan jaminan produk, menyediakan produk dengan warna cerah dan motif karakter kartun, membuat *form* pemeriksaan ketersediaan, menurunkan presentase keuntungan penjualan produk, menyediakan pembayaran dengan mesin EDC, bekerjasama dengan penyedia kredit, memberikan potongan harga yang telah ditentukan, memberikan bonus untuk produk tertentu, membuat kartu reward, membuat website, kebijakan pembayaran di rumah atau transfer, menetapkan aturan 5S untuk pelayan, serta training pelayan toko mengenai spesifikasi produk.

ABSTRACT

Toko Sukajadi is one of many stores that are located in Karawang. Toko Sukajadi sells various furniture supplies. The problem in Toko Sukajadi is the declining turnover during these past 3 years. The impacts from decrease in turnover are the reduction of workers and shipping transport. Based on observation, there were many customer who visited Toko Sukajadi, but only 15% who made purchasing. Based on the observation, consumers who visit Toko Sukajadi are indicated to have weak purchase intention

The first step of this research is to identify attributes that would be consumers' considerations when they buy the product. The next step is to determine the factor and the variable based on previous research. After that, quisioners are made and spreaded to the people of Karawang. The results are tested for validity and reliability. Next, the result is tested using mulptiple linear regression to know variables that are significantly affect Karawang consumers' purchase intention. And then, the result is evaluated to Toko Sukajadi's consumers valuation.

Based on research, there are 5 independent variable that significantly affect Karawang consumers when they are buying products. Variables that are considered by consumers in buying products are the product, the price, the promotion, the place, and the people. Then, obtained 16 attributes that become the disadvantages of Toko Sukajadi. Those attributes are the quality, design, variation, brand, warranty, price, payment method, credit, discounts, bonuses given, reward program, location, parking area, enviroment support, friendliness, and the information from employee. Therefore, the suggested improvements for Toko Sukajadi are to make product checking forms, make product cleaning forms, make commercials on TV, give product guarantee, provide products with bright colors and cartoon character motifs, make inspection form availability, lower a percentage of the profits on the sale of a product, provide payment by EDC machine, have cooperation with credit providers, give specified discounts, give bonuses for certain products, make reward cards, make websites, home payment or transfer policies, establishing 5S rules for servants, training shop assistants regarding product specifications.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Upaya Peningkatan Penjualan di Toko Sukajadi Berdasarkan Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Membeli Produk Mebel”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk syarat kelulusan mata kuliah skripsi (IND-500). Penyusunan skripsi juga berguna untuk mencapai gelar sarjana di Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak hambatan yang penulis alami. Penulis menyadari telah mendapatkan dukungan, bantuan, bimbingan, dan doa dari orang-orang yang membantu penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah membantu penulis sehingga kendala yang penulis hadapi dapat teratasi. Ucapan terimakasih diberikan kepada orang yang membantu penulis baik berupa bantuan moril maupun materiil sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Maka, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, memberikan waktu, memberi dukungan dan saran yang berharga bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Ibu Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. dan Bapak Yansen Theopilus, S.T, M.T., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan berupa kritik dan saran untuk menyempurnakan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM, sebagai koordinator mata kuliah skripsi (IND-500) yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi penulis.
4. Bapak Wiwie Mulyadi, selaku pemilik Toko Sukajadi yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini.
5. Orangtua penulis, kakak penulis, keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.

6. Dosen-dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang memberikan masukan, saran dan kritik kepada penulis
7. Teman-teman penulis selama kuliah: Dessy L, Jessi Bella, Yuliana W, Jessica S, Yulia H, Natasha H, Yessy M, Annisa N, Liwen, Lusi H, Theresia A, Nadya P, Nancy V, Hanni, Reni O, Sheryl M, Melissa D, Deyans, Keisha, Ipi, Nila, Cecil, Rangi, Feli, Stella W dan Grania yang telah memberikan bantuan, doa, dukungan, waktu, serta keceriaan selama penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman TI Unpar 2014 kelas B yang berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi
9. Teman-teman SMA penulis: Evelline P, Rika A, Cicilia C, Carinna C, Celine H, Devin J, Erik S, Hadi R, dan Mitchell yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman bimbingan penulis : Liwen, Hendra Berlian, Willy, dan Ghiffarani atas kritik dan saran selama proses penyusunan skripsi
11. Teman-teman Asisten PSTI 2017/2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk penulis.
12. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi atas segala bantuan dan dukungan yang diberikan untuk penulis selama studi S1 di TI UNPAR.

Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi Toko Sukajadi untuk meningkatkan penjualan produk mebel, sehingga dapat terus bersaing. Selain itu, penulis juga berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran yang dapat mendukung perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penyusunan skripsi ini dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan laporan skripsi.

Bandung, 4 Juni 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	I-7
I.4 Tujuan Penelitian	I-7
I.5 Manfaat Penelitian	I-8
I.6 Metodologi Penelitian	I-9
I.7 Sistematika Penulisan	I-11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Industri Mebel	II-1
II.2 Konsumen.....	II-1
II.3 Perilaku Konsumen	II-2
II.4 Keputusan Pembelian	II-5
II.5 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	II-9
II.6 Analisis Faktor.....	II-12
II.7 Analisis Regresi	II-13
II.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	II-13
II.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	II-14
BAB III MODEL NIAT BELI KONSUMEN DAN PENGUJIAN MODEL	III-1
III.1 <i>Purchase Intention</i> (Niat Beli).....	III-1
III.2 <i>Product</i> (Produk)	III-2
III.3 <i>Price</i> (Harga).....	III-3
III.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	III-4

III.5 <i>Place</i> (Tempat).....	III-5
III.6 <i>People</i> (Orang).....	III-5
III.7 <i>Process</i> (Proses).....	III-6
III.8 <i>Physcal Evidence</i> (Bukti Fisik)	III-7
III.9 Model Penelitian dan Pengembangan Instrumen	III-8
III.10 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	III-10
III.11 Pengumpulan Data Sampel.....	III-11
III.12 Profil Responden.....	III-12
III.13 Pengujian Alat Ukur.....	III-17
III.14 Pengujian Model	III-23
III.14.1 Uji Multikolinieritas	III-24
III.14.2 Uji Homoskedastisitas	III-24
III.14.3 Uji Normalitas.....	III-25
III.14.4 Uji Regresi Berganda menggunakan Uji T dan Uji F....	III-26
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....	IV-1
IV.1 Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2 Analisis Hubungan Variabel Independen dan Dependen	IV-5
IV.2.1 Analisis Hubungan Variabel Produk	IV-5
IV.2.2 Analisis Hubungan Variabel Harga.....	IV-7
IV.2.3 Analisis Hubungan Variabel Promosi	IV-8
IV.2.4 Analisis Hubungan Variabel Tempat	IV-9
IV.2.5 Analisis Hubungan Variabel Orang	IV-11
IV.2.6 Analisis Hubungan Variabel Bukti Fisik	IV-11
IV.2.7 Analisis Hubungan Variabel Proses	IV-12
IV.3 Analisis Niat Pembelian di Toko Sukajadi	IV-13
IV.4 Usulan Perbaikan berdasarkan Variabel yang Berpengaruh untuk Toko Sukajadi.....	IV-20
IV.5 Analisis Usulan Perbaikan di Toko Sukajadi	IV-30
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	IV-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Konsumen Pada Toko Sukajadi.....	I-5
Tabel III.1 Faktor Serta Definisi Operasional Penelitian	III-9
Tabel III.2 Skala Tingkat Kesetujuan.....	III-10
Tabel III.3 Nilai KMO.....	III-18
Tabel III.4 <i>Total Variance Explained</i>	III-19
Tabel III.5 <i>Component matrix</i>	III-19
Tabel III.6 <i>Rotated Component Matrix</i>	III-20
Tabel III.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Kuesioner	III-21
Tabel III.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	III-23
Tabel III.9 Hasil Uji Glejser	III-25
Tabel III.10 Hasil Normalitas Kolmogorov-Smirnov	III-26
Tabel III.11 Hasil Koefisien Determinasi	III-27
Tabel III.12 Hasil Uji F	III-27
Tabel III.13 Hasil Uji T	III-28
Tabel III.14 Rata-Rata Bobot Penilaian Konsumen Untuk Toko Sukajadi	III-30
Tabel IV.1 Contoh <i>Form</i> Pengecekan Produk.....	IV-22
Tabel IV.2 Contoh <i>Form</i> Pembersihan Produk Mebel	IV-22
Tabel IV.3 Contoh <i>Form</i> Pemeriksaan Ketersediaan Produk	IV-25
Tabel IV.4 Rekapitulasi Hasil Pertimbangan Pemilik Toko Terhadap Usulan Perbaikan	IV-30

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Omset yang Dicapai Toko Sukajadi per Tahun (Rupiah)	I-3
Gambar I.2 Metodologi Penelitian	I-9
Gambar II.1 Tiga Elemen dari Analisis Konsumen	II-4
Gambar II.2 Tahapan Perilaku Konsumen	II-7
Gambar II.3 Tahapan Keputusan Pembelian	II-8
Gambar II.4 <i>Problem Recognition</i>	II-9
Gambar II.5 Macam-Macam Teknik Sampling	II-14
Gambar III.1 Model Penelitian	III-9
Gambar III.2 Jenis Kelamin Responden	III-12
Gambar III.3 Usia Responden	III-13
Gambar III.4 Pekerjaan Responden	III-13
Gambar III.5 Penghasilan Responden	III-14
Gambar III.6 Alasan Responden	III-14
Gambar III.7 Jumlah Pengantian Produk Mebel Oleh Responden	III-15
Gambar III.8 Kunjungan Responden Sebelum Membeli Produk Mebel	III-15
Gambar III.9 Media yang digunakan Responden	III-16
Gambar III.10 Orang yang Berpengaruh Kepada Responden	III-16
Gambar III.11 Tempat Responden melihat Produk	III-17
Gambar III.12 Toko Mebel Terakhir yang Di Kunjungi Responden	III-17
Gambar III.13 Hasil Uji Homoskedastisitas	III-24
Gambar III.14 Hasil Uji Normalitas	III-26
Gambar III.15 Hasil Uji Homoskedastisitas	III-23
Gambar IV.1 <i>Fish Bone Diagram</i> Produk	IV-14
Gambar IV.2 Cacat Pada Produk Yang Ditawarkan Di Toko Sukajadi	IV-15
Gambar IV.3 Produk Yang Kotor Dan Berdebu Di Toko Sukajadi	IV-15
Gambar IV.4 <i>Fish Bone Diagram</i> Harga	IV-16
Gambar IV.5 <i>Fish Bone Diagram</i> Promosi	IV-17
Gambar IV.6 <i>Fish Bone Diagram</i> Tempat	IV-18
Gambar IV.7 <i>Fish Bone Diagram</i> Orang	IV-19
Gambar IV.8 Contoh Lemari Pakaian Dengan Kombinasi Warna Cerah	IV-24

Gambar IV.9 Contoh Lemari Pakaian Dengan Karakter Kartun	IV-24
Gambar IV.10 Contoh Kartu <i>Reward</i> Toko Sukajadi	IV-28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Wawancara Alasan Konsumen

Lampiran B Kuesioner Penelitian Skripsi

Lampiran C Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Lampiran D Matriks *Anti Image*

Lampiran E Hasil Uji Reliabilitas

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, serta pembatasan dan asumsi penelitian. Selain itu, bab ini juga akan dipaparkan mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

I.1 Latar belakang

Pada zaman sekarang kemajuan teknologi berkembang setiap tahunnya. Di Indonesia terdapat banyak sektor industri kecil sampai sektor industri menengah yang berusaha untuk mengembangkan bisnisnya. Dengan demikian, bisnis yang dijalankan bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta meningkatkan produktivitas sumber daya manusia di Indonesia. Salah satu bisnis yang berkembang yaitu industri mebel. Berbagai produk mebel semakin berkembang pesat dengan berbagai jenis dan kualitas yang berbeda-beda. Menurut Kementerian Perindustrian Indonesia (2016), pertumbuhan industri mebel dan kayu mencapai angka tujuh persen. Hal ini dikarenakan kualitas dan ciri khas produk mebel Indonesia memiliki daya saing yang tinggi.

Semakin berkembangnya industri mebel di Indonesia maka persaingan di dalam dunia usaha mebel juga semakin ketat. Hal ini terlihat semakin banyak usaha-usaha mebel yang baru bermunculan. Oleh karena itu, sebuah usaha mebel lokal juga harus mampu bersaing dengan usaha lainnya dengan menjaga dan meningkatkan kualitas dan pelayanan. Inovasi-inovasi produk baru juga perlu di perhatikan agar dapat menarik konsumen. Hal ini bertujuan agar dapat bersaing dengan perusahaan mebel yang besar seperti IKEA. Kehadiran IKEA yang berasal dari Swedia mempengaruhi persaingan sengit usaha mebel di Indonesia (Djumena, 2012).

Karawang merupakan salah satu kota industri terbesar di Indonesia. Hal ini terlihat dari letak kota Karawang yang berbatasan langsung dengan berbagai kota seperti Jakarta, Bandung, dan Bogor selain itu, Karawang terletak di daerah

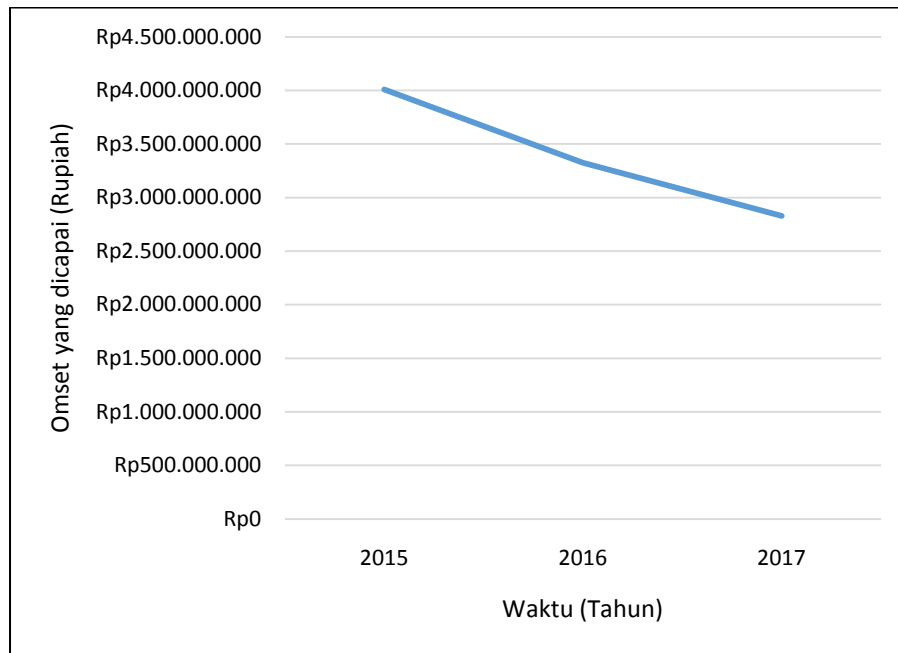
yang strategis dan dinamis. Kota Karawang memiliki luas sekitar 1.753,27 km² (Govinda, 2016) Kota Karawang memiliki penghasilan pekerja terbesar di Indonesia. Hal ini dikarenakan banyak investor yang mendirikan sekitar 500 pabrik dan 300 pabrik diantaranya berasal dari investor asing. Oleh karena itu, penduduk kota Karawang banyak yang bekerja sebagai pegawai pabrik. Maka dari itu, Kementerian Tenaga Kerja serta Transmigrasi (Kemenakertrans) dan Kementerian PU berupaya untuk menyediakan rumah murah subsidi untuk para pegawai pabrik di Karawang. Dengan demikian, banyak perumahan yang dibangun di Karawang untuk menunjang kebutuhan dari para pegawai pabrik. Tahun 2016, terdapat kurang lebih 10 perumahan subsidi murah di Karawang seperti perumahan Griya Mas Lestari (Admin KPR, 2016). Maka dari itu, Karawang merupakan salah satu kota yang tepat dalam mengembangkan usaha mebel.

Menurut sensus ekonomi 2016 di Kabupaten Karawang terdapat 233.606 unit usaha. Dalam skala usaha di Karawang dibedakan menjadi 2 tipe yaitu usaha mikro kecil serta usaha menengah besar. Usaha mikro kecil terdapat 230.654 usaha/perusahaan sedangkan untuk usaha menengah besar terdapat 2.952 usaha/perusahaan. Berdasarkan badan pusat statistik kabupaten Karawang (2016), menunjukkan bahwa lapangan usaha di Karawang didominasi dengan usaha perdagangan besar dan eceran sebanyak 130.317 usaha/perusahaan.

Toko Mebel Sukajadi merupakan salah satu usaha mebel lokal yang berada di Karawang dan berdiri sejak tahun 1994. Toko Sukajadi berlokasi di jalan Tuparev no.132, Kota Karawang. Toko Sukajadi memiliki 3 orang karyawan yang bertugas untuk mengirimkan barang ke konsumen. Toko Sukajadi menjual berbagai perlengkapan rumah tangga seperti *springbed*, busa, lemari, kursi, meja belajar, tempat pajangan, meja makan, dan bufet tv. Produk yang dijual merupakan produk yang didapatkan dari *supplier*. Toko Sukajadi memiliki 2 lokasi tempat yang saling bersebrangan di jalan Tuparev. Lokasi pertama toko berukuran 320 m², sedangkan lokasi kedua toko berukuran 360 m². Di jalan tuparev merupakan tempat usaha perdagangan di Karawang. Toko Sukajadi menjual produk mebel kelas bawah hingga menengah. Toko Sukajadi menawarkan produk yang paling mahal sebesar Rp 3.500.000.

Pada tahun 2015, toko yang berada di jalan tuparev sekitar 170 toko dengan usaha yang berbeda-beda, diantaranya toko mebel, toko bangunan, toko elektronik, bank, dan lain-lain serta toko mebel terdapat 5 toko (Karawang 123, 2015). Dengan seiringnya waktu, toko mebel semakin bermunculan sehingga jumlah toko mebel pada tahun 2018 yaitu sekitar 20 toko mebel lokal dan satu informa. Persaingan penjualan mebel di Indonesia semakin ketat. Hal ini dikarenakan konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang memberikan kenyamanan untuk konsumen tersendiri. Banyak pertimbangan konsumen dalam memilih produk, diantaranya harga, kualitas, dan iklan. Konsumen yang datang ke Toko Sukajadi terdapat beberapa kategori yaitu pemakai sendiri, pemakai untuk orang lain seperti tukang kredit yang menjual kembali produk dengan pembayaran angsuran, pemakai untuk dijual kembali di toko, dan pemakai untuk arisan sebuah komunitas.

Pemilik Toko Sukajadi mencatat omset yang dicapai setiap bulannya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui keuntungan dari penjualan setiap bulan. Omset merupakan semua penghasilan yang masuk ke dalam kas sebuah usaha atau sering disebut dengan pendapatan kotor (Herlita, 2017) Pendapatan kotor tersebut terdiri dari harga pokok, biaya lain-lain, dan sisanya keuntungan usaha tersebut. Omset yang dicapai Toko Sukajadi tiga tahun terakhir mengalami penurunan. Pada tahun 2015 omset yang dicapai sebesar Rp4.008.304.000. Pada tahun 2016, omset yang dicapai sebesar Rp3.323.240.000. Terakhir, pada tahun 2017, omset yang dicapai sebesar Rp2.827.513.000. Gambar 1.1 merupakan grafik penurunan omset yang dicapai oleh Toko Sukajadi.



Gambar I.1 Omset yang Dicapai Toko Sukajadi per Tahun (Rupiah)

Penurunan omset yang dicapai Toko Sukajadi terjadi dari tahun 2015 sampai tahun 2017. Penurunan omset yang terjadi dalam tiga tahun terakhir memberikan beberapa dampak untuk Toko Sukajadi. Dampak yang ditimbulkan yaitu pengurangan pekerja dan pengurangan transportasi yang dimiliki Toko Sukajadi. Pada tahun 2015 pekerja toko berjumlah 6 orang dan pada tahun 2017 pekerja toko berkurang menjadi 3 orang. Pada tahun 2015 Toko Sukajadi memiliki 4 mobil dan pada tahun 2017 transportasi Toko Sukajadi berkurang menjadi 2 mobil.

Penurunan omset memberikan dampak untuk Toko Sukajadi. Maka dari itu dalam proses peningkatan omset yang dicapai pada Toko Sukajadi dapat dilakukan dengan mengetahui faktor apa yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk mebel di toko.

I.2 Identifikasi masalah

Toko mebel di Karawang yang semakin banyak menyebabkan persaingan di pasar mebel menjadi semakin tinggi. Persaingan yang tinggi antar toko dapat mempengaruhi penjualan produk pada sebuah toko, maka penjualan produk yang menurun. Menurut Kementerian Perindustrian Indonesia, industri mebel merupakan bisnis yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat sehingga diperlukan inovasi dengan desain yang mengikuti selera pasar (Julianto, 2017).

Identifikasi permasalahan pada Toko Sukajadi, dilakukan wawancara dengan pemilik toko. Hasil wawancara diketahui bahwa masalah yang terjadi yaitu penurunan penghasilan untuk tiga tahun terakhir. Hal ini disebabkan persaingan yang ketat dengan bermunculan toko-toko sejenis di daerah Karawang. Selain itu, kenaikan harga barang dan upah pegawai setiap tahunnya mengakibatkan daya beli konsumen menurun. Munculnya toko-toko sejenis di daerah Karawang menyebabkan konsumen yang tinggal di daerah tidak perlu memilih produk ke kota. Konsumen yang tinggal di daerah akan lebih memilih membeli di toko yang didaerahnya. Hal ini yang menyebabkan penurunan konsumen yang membeli produk di Toko Sukajadi.

Identifikasi masalah juga dilakukan dengan melakukan wawancara kepada pembeli di Toko Sukajadi selama lima hari. Wawancara dilakukan pada tanggal 10 – 14 Januari 2018. Jumlah konsumen yang berkunjung ke Toko Sukajadi dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Jumlah Konsumen Pada Toko Sukajadi

Tanggal Pengamatan	Jumlah Konsumen (orang)	Jumlah Orang yang Beli (orang)	Jumlah Orang yang Tidak Beli (orang)
10 Januari 2018	27	4	23
11 Januari 2018	24	3	21
12 Januari 2018	19	3	16
13 Januari 2018	45	6	39
14 Januari 2018	41	7	34

Konsumen yang datang ke Toko Sukajadi memiliki niat pembelian produk yang rendah. Hal ini terlihat bahwa konsumen yang datang dan membeli produk mebel di Toko Sukajadi hanya 15%. Pada hari biasa, konsumen yang datang ke Toko Sukajadi lebih sedikit dibandingkan dengan hari *weekend*. Tetapi, konsumen yang *fix* membeli tidak sebanyak orang yang berkunjung. Hal ini dikarenakan banyak keluhan konsumen mengenai produk yang ditawarkan pada Toko Sukajadi.

Berdasarkan hasil wawancara, konsumen mengeluhkan yaitu harga produk mahal dibandingkan toko sejenis lainnya. Selain itu, keluhan konsumen yaitu produk yang ditawarkan toko memiliki model, tampilan, ataupun warna yang tidak menarik. Sebagai contoh, terdapat konsumen menginginkan produk meja belajar yang memiliki tampilan karakter kartun 'Hellokitty', tetapi Toko Sukajadi tidak menjual produk meja belajar berkarakter. Hal tersebut yang mengakibatkan

konsumen tidak membeli produk mebel di Toko Sukajadi. Keluhan konsumen selanjutnya adalah produk cacat, tipis, ukuran tidak sesuai, serta ringkih. Produk yang cacat pada Toko Sukajadi yaitu seperti goresan ataupun warna produk yang mengelupas. Hal lain yang dikeluhkan oleh konsumen yaitu tempat Toko Sukajadi yang sempit sehingga produk susah untuk dilihat oleh konsumen. Konsumen juga mengeluhkan bahwa bagian dalam di Toko Sukajadi juga memiliki tempat yang gelap, sehingga produk kadang tidak terlihat dengan jelas. Selanjutnya, konsumen juga mengeluhkan produk yang terdapat di Toko Sukajadi tidak sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Sebagai contoh, beberapa konsumen menginginkan produk *springbed* dengan tipe latex ataupun *springbed* dengan ukuran 140 x 200 cm.

Konsumen juga mengeluhkan bahwa harga yang ditawarkan Toko Sukajadi tidak terjangkau, selain itu Toko Sukajadi hanya menerima pembayaran *cash*. Hal tersebut menyebabkan konsumen tidak berniat membeli ke Toko Sukajadi. Konsumen juga mengeluhkan bahwa Toko Sukajadi tidak memberikan program promosi dan menjual produk dengan harga pas. Toko Sukajadi juga tidak memiliki cabang sehingga konsumen dari daerah merasa jauh. Toko Sukajadi memiliki tempat parkir yang sempit dan jauh dari ATM. Hasil wawancara dengan konsumen Toko Sukajadi dapat dilihat pada Lampiran A.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, dapat diketahui bahwa untuk melakukan sebuah perbaikan, pemilik toko harus dapat memahami faktor apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika membeli produk mebel. Selain itu, pemilik perlu memahami faktor yang dipertimbangkan konsumen daerah Karawang dalam melakukan transaksi pembelian produk mebel. Apabila, pemilik telah memahami perilaku konsumen maka pemilik dapat meningkatkan penjualan produk mebel di Toko Sukajadi. Identifikasi variabel yang dilakukan dengan pendekatan berdasarkan studi literatur dan jurnal mengenai variabel yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk mebel. Studi literatur yang digunakan berdasarkan dari Kotler (2002), serta jurnal yang diteliti oleh Lin & Lu (2010), Hariadi & Martoatmodjo (2012), Nguyen, et.al (2015), dan Irawan, et.al (2015). Berdasarkan studi literatur serta jurnal didapatkan tujuh faktor bauran pemasaran yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk mebel. Tujuh faktor tersebut yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses),

dan *physcal evidence* (bukti fisik). Hasil dari penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa tujuh faktor yang dipertimbangkan konsumen dapat mempengaruhi niat beli konsumen dalam membeli produk. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk di toko mebel Karawang?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap Toko Sukajadi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan konsumen?
3. Bagaimana usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan produk mebel di Toko Sukajadi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan tersebut?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada tahap ini dilakukan pembatasan masalah serta asumsi terhadap penelitian yang dilakukan. Batasan ini bertujuan untuk mengetahui cakupan dari penelitian, dengan menentukan hal-hal yang dapat dibatasi. Pembatasan masalah juga dilakukan untuk mempermudah penelitian yang dilakukan. Batasan dari penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian dan pengamatan dilakukan di Toko Sukajadi pada periode Januari 2018 sampai Mei 2018.
2. Penelitian yang dilakukan sampai tahap usulan perbaikan untuk Toko Sukajadi, tidak sampai implementasi.
3. Penelitian dan penyebaran kuesioner penelitian hanya dilakukan untuk konsumen yang pernah berkunjung ke toko mebel di Karawang

Terdapat beberapa asumsi yang dilakukan dalam penelitian ini. Hal ini bertujuan agar penelitian dilakukan lebih jelas, sederhana, serta mempermudah penelitian. Asumsi dari penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Responden telah memahami pertanyaan pada wawancara sesuai dengan yang dimaksud oleh peneliti.

2. Jawaban yang diberikan oleh responden dalam wawancara merupakan jawaban yang sejujurnya.
3. Kondisi Toko Sukajadi tidak mengalami perubahan selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada Toko Sukajadi memiliki beberapa tujuan. Tujuan penelitian diperoleh dari identifikasi serta rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya. Tujuan dari penelitian yang dilakukan dapat dilihat sebagai berikut.

1. Mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk di toko mebel.
2. Mengetahui persepsi konsumen terhadap Toko Sukajadi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan konsumen.
3. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan produk mebel di Toko Sukajadi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan tersebut.

I.5 Manfaat Penelitian

Pada tahap ini akan dijelaskan mengenai manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menginformasikan kepada pemilik Toko Sukajadi untuk dapat meningkatkan penjualan produk mebel. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan agar pemilik Toko Sukajadi mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk mebel. Apabila pemilik Toko Sukajadi mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen, maka pemilik toko dapat melakukan perbaikan berdasarkan faktor-faktor yang diketahui berpengaruh dalam pemilihan toko mebel sehingga penjualan dapat terus meningkat. Apabila dilakukan perbaikan dari sekarang diharapkan konsumen yang merasa puas dengan produk mebel yang ada di Toko Sukajadi dapat merekomendasikan kepada orang lain. Maka, orang lain yang belum mengetahui ataupun belum pernah membeli di Toko Sukajadi akan tertarik untuk datang ke toko ini. Selain itu, konsumen yang membeli dapat menjadi langganan atau akan membeli kembali produk mebel di Toko Sukajadi. Dari hal yang

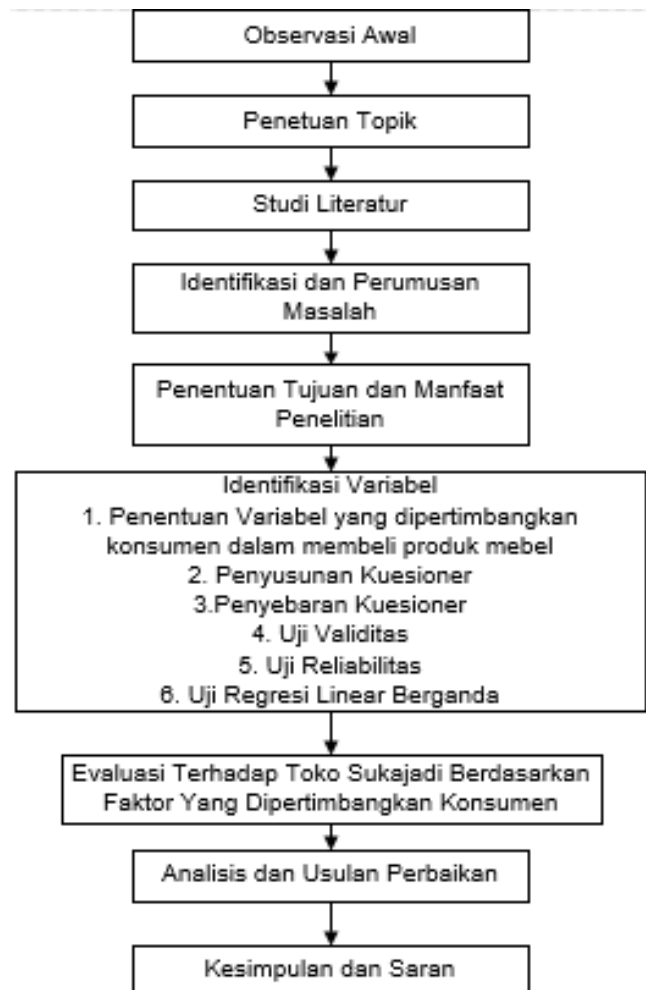
sederhana mengenai pemahaman perilaku konsumen dalam memilih produk mebel di sebuah toko dapat memberikan dampak positif untuk Toko Sukajadi. Hal ini diharapkan konsumen yang akan membeli produk mebel memilih Toko Sukajadi, maka profit yang diperoleh juga akan meningkat.

Manfaat juga ditujukan untuk pengembangan keilmuan dalam hal penjualan produk mebel. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan serta memahami perilaku konsumen dalam memilih sebuah produk mebel dan dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh saat perkuliahan.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian serupa

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahap-tahap yang dilakukan peneliti untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Tahap-tahap pada Metodologi yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk mebel dan memilih Toko Sukajadi untuk melakukan pembelian produk. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini juga ditampilkan dalam bentuk diagram alir. Metodologi penelitian dalam bentuk diagram alir menggambarkan studi pendahuluan, penentuan dan perumusan masalah, penentuan tujuan dan manfaat penelitian, analisis faktor, evaluasi terhadap Toko Sukajadi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan konsumen, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Metodologi penelitian dalam bentuk diagram alir dapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I.2 Metodologi Penelitian

Selain tahapan metodologi penelitian yang digambarkan dengan diagram alir, terdapat penjelasan mengenai tahapan tersebut. Tahapan pada Gambar I.2 dapat dipaparkan dan dilihat sebagai berikut:

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan yang dilakukan yaitu studi lapangan dan studi literatur. Studi lapangan dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap Toko Sukajadi. Peneliti juga melakukan wawancara dengan pemilik Toko Sukajadi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui masalah apa yang terjadi. Observasi awal ini juga bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai kondisi di Toko Sukajadi. Sedangkan, studi literatur merupakan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Studi literatur diperoleh dengan mencari referensi seperti buku yang berhubungan dengan topik yang akan diteliti. Hal ini

dapat membantu peneliti untuk mengetahui metode apa yang sesuai dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Penentuan dan Perumusan Masalah

Masalah yang terdapat pada Toko Sukajadi ditentukan terlebih dahulu. Penentuan yang dilakukan dengan mewawancarai beberapa konsumen yang datang ke Toko Sukajadi dalam lima hari. Setelah dilakukan penentuan permasalahan tersebut akan dirumuskan menjadi beberapa pertanyaan.

3. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti yaitu dapat menyelesaikan masalah yang telah dirumuskan pada perumusan masalah sebelumnya. Selain itu, terdapat manfaat penelitian yang diberikan ke pemilik Toko Sukajadi.

4. Identifikasi Variabel

Langkah pertama penentuan variabel dilakukan dengan wawancara kepada konsumen dan studi literature. Hasil wawancara tersebut akan dikelompokkan berdasarkan faktor yang dipertimbangkan konsumen secara *subjective* oleh peneliti berdasarkan studi literature. Setelah itu, dilakukan perumusan kuesioner menggunakan skala likert berdasarkan variabel-variabel yang telah dikelompokkan. Kemudian, kuesioner disebarkan kepada konsumen yang berkunjung ke Toko Sukajadi. Setelah kuesioner disebarkan, selanjutnya kuesioner direkap dan diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan dalam pengukuran dengan sebuah alat ukur. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sebuah pengukuran dapat dipercaya. Terakhir, hasil kuesioner diuji menggunakan uji regresi linear berganda.

5. Evaluasi Terhadap Toko Sukajadi Berdasarkan Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen

Evaluasi yang dilakukan terhadap Toko Sukajadi berdasarkan faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk mebel. Evaluasi terhadap Toko Sukajadi dengan melihat hasil rata-rata penilaian kuesioner, kemudian dibandingkan dengan hasil uji regresi berganda. Hal ini bertujuan agar pemilik Toko dapat memahami perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk mebel.

6. Analisis dan Usulan Perbaikan

Analisis dilakukan bertujuan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari pengolahan data. Usulan perbaikan diberikan kepada pemilik Toko Sukajadi. Usulan perbaikan yang diberikan yaitu faktor-faktor perilaku konsumen dalam memilih produk mebel sehingga penjualan di Toko Sukajadi dapat terus meningkat.

7. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan tahap terakhir dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan berisi mengenai jawaban atas pertanyaan yang telah dirumuskan pada perumusan masalah. Sedangkan, saran berisi usulan perbaikan untuk Toko Sukajadi.

I.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, diantaranya pendahuluan, tujuan pustaka, model niat beli konsumen dan pengujian model, analisis dan usulan, serta kesimpulan dan saran. Penjelasan dari setiap bab yang ada dapat dilihat sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang mendukung penelitian ini. Teori yang diperoleh digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini serta dapat digunakan untuk menemukan solusi dari rumusan masalah.

BAB III MODEL NIAT BELI KONSUMEN DAN PENGUJIAN MODEL

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai keseluruhan proses yang dilakukan dalam penelitian. Bab ini juga terdiri dari data apa yang diperoleh serta dijelaskan mengenai pengolahan data tersebut. Hasil yang diperoleh dari pengolahan data digunakan sebagai acuan untuk memberikan usulan perbaikan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab analisis dijelaskan mengenai analisis dari keseluruhan proses penelitian. Analisis yang dibahas yaitu proses yang dilakukan dalam penelitian

yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Bab ini juga menjelaskan usulan perbaikan berdasarkan hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran akan dijelaskan mengenai ringkasan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Bab ini juga akan menjelaskan saran yang berguna untuk pihak terkait dan penelitian selanjutnya.