

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan harus kuat dan siap di era globalisasi ini karena akan ada banyak perubahan yang sedang berlangsung sebagai akibat dari meningkatnya persaingan di pasar dan kemajuan dalam desain produk. Manufaktur dan distributor banyak mendapat tekanan untuk berpikir kreatif agar dapat mempertahankan eksistensinya di sektor ekonomi. Pergeseran ini merupakan akibat dari perkembangan zaman yang semakin pesat, keinginan untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan membelanjakan uang untuk produk atau jasa berdasarkan kebutuhan dan kepuasan konsumen atas produk yang dibuat, hal tersebut dapat disebut sebagai perilaku konsumen, dan fakta bahwa laju kemajuan teknologi meningkat.¹ Menurut Tjiptono menafsirkan perilaku konsumen adalah kegiatan berhubungan langsung dengan produk atau jasa, merupakan proses penentuan pilihan dan memantau kegiatan tersebut.²

Masa globalisasi dan pengaruh globalisasi yang akan menyebabkan ketergantungan pada Negara dan rakyat tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan modern dan tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lain. Lain sisi, terdapat bukti bahwa globalisasi kini berkontribusi pada peningkatan

¹ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 4.

² Vicky Brama Kumbara, *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol. 2 NO. 5*, (Padang: Universitas Putra Indonesia YPTK, 2021), 605.

peluang kehidupan yang berkelanjutan. Kemajuan ilmu pengetahuan memiliki pengaruh langsung terhadap kemajuan teknologi yang meningkatkan kualitas hidup manusia. Salah satu contohnya adalah meluasnya penerapan teknologi berbasis internet dalam pengaturan komersial, serta pengaruh industri dan teknologi yang semakin meluas. Akibat dari pengaruh baik tersebut, dapat dimanfaatkan sebagai pendorong pembangunan ekonomi, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, yang kesemuanya dapat membantu mengatasi permasalahan ekonomi dan kesenjangan sosial.

Pada dasarnya faktor rangsangan berupa bauran pemasaran, tetapi karakteristik individu konsumen juga berperan dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Bisnis yang menyadari kedua faktor ini sangat menekankan pada peningkatan kualitas produk sekaligus memberikan harga yang kompetitif kepada konsumen sebagai upaya untuk mempermudah pelanggan mendapatkan barang atau jasa yang mereka butuhkan melalui iklan produk.³ Pengambilan keputusan untuk membeli barang konsumen dipengaruhi oleh sejumlah elemen, beberapa di antaranya adalah sosial, budaya, pribadi serta psikologis. Kunci utama dari perilaku konsumen terletak di keputusan pembelian secara nyata konsumen melakukan sikap yang berhubungan dengan pembelian produk atau jasa yang dibutuhkan.

Alasan yang menginspirasi pelanggan untuk membuat pilihan terkait pada pembelian produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan

³ Anggraini Eka Putri, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso Pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018*, (Kediri: IAIN Press, 2019), 3.

mereka dikenal sebagai keputusan pembelian. Saat membeli suatu produk, pelanggan diharuskan untuk melalui setiap langkah secara metodelis. Pelanggan pertama-tama harus melalui proses pengambilan keputusan untuk mencapai kesimpulan bahwa mereka akan membeli produk tertentu. Proses seleksi dan penilaian dimulai dengan identifikasi faktor-faktor utama yang berdampak pada tujuan, diikuti dengan pendataan, evaluasi, dan pemilihan sejumlah opsi yang berbeda, dan terakhir perumusan kesimpulan yang dipandang baik, yang paling efektif.

Setelah mengetahui informasi produk atau merek, sehingga dapat dievaluasi untuk memecahkan masalah yang dapat menimbulkan keputusan pembelian, ada dua faktor yang ada antara niat untuk membeli atau mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk dan jasa, dan menurut Kotler dan Armstrong menjelaskan keputusan pembelian merupakan aktivitas membeli produk dengan merek yang disukai.⁴ Proses membuat pilihan pembelian mencakup total lima tahap penilaian pada kebutuhan, pencarian informasi terkait produk, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku paska pembelian.⁵

Industri furnitur merupakan bagian dari sektor rumah tangga yang beroperasi di bawah sejumlah kendala dan batasan, tetapi juga mampu bersaing dengan jenis perusahaan lain. Usaha kecil di bidang manajemen industri sangat penting untuk berfungsinya ekonomi nasional dalam hal

⁴ Vicky Brama Kumbara, *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 605.

⁵ Dr. Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cetakan 1 Agustus 2003), 14.

industri. Hal ini memiliki potensi untuk memajukan situasi ekonomi perusahaan.⁶

Istilah “mebel” mengacu pada produksi barang-barang untuk rumah yang memiliki lebih dari satu tujuan, seperti menyediakan tempat untuk meletakkan barang-barang, tempat istirahat atau tidur, atau bahkan ruang kerja berupa meja dan kursi. Furnitur dikategorikan sebagai salah satu jenis peralatan rumah tangga. Pertumbuhan bisnis furnitur di Jawa Timur telah menyebar ke sejumlah kota dan kabupaten, dimulai di Banyuwangi dan berlanjut ke Jember, Blitar, Saradan, Kediri, Tuban, dan daerah lainnya.

Beberapa perusahaan mebel dalam membuat furnitur menggunakan berbagai jenis kayu jati dari grade A sampai grade D yang mana masing-masing grade memiliki kualitas berbeda-beda. Berikut ini karakteristik dari kayu jati :

1. Kayu Jati Grade A, terdapat pada inti batang pohon jati. Memiliki karakteristik serat paling padat, warna lebih coklat serta memiliki minyak pelumas yang berfungsi untuk melindungi kayu dari serangan rayap, pertumbuhan jamur dan perubahan cuaca.
2. Kayu Jati Grade B, memiliki kualitas sedang memiliki kualitas sedang. Memiliki karakteristik serat yang tidak terlalu padat dan tidak beraturan, warnanya hampir sama dengan jati grade A serta mampu memproduksi minyak pelumas untuk melindungi kayu dari serangan

⁶ Ronald Lapcham, *Pengusaha Kecil dan Menengah Asia Tenggara*, (Jakarta: LP3ES Anggota IKPI, Cetakan 1 Tahun 1991), 142.

rayap dan jamur. Kayu jati grade A dan B merupakan kayu jati premium untuk pembuatan furnitur baik secara *indoor* maupun *outdoor*.

3. Kayu Jati Grade C, memiliki kualitas kurang baik dibandingkan dengan jati grade A dan B. Karakteristik dari kayu ini memiliki warna yang cerah (putih kekuningan) dan serat yang sangat bervariasi, terdapat banyak mata kayu yang pengaplikasiannya harus ditambal dengan kayu atau dempul untuk memperoleh permukaan yang rata serta kurang padat dan juga tidak memproduksi minyak pelumas sehingga rawan terhadap hama.
4. Kayu Jati Grade D, memiliki kualitas paling rendah dan tampilan paling tidak menarik. Menunjukkan sifat tidak beraturan dalam hal kualitas serat. Terdapat beberapa simpul yang menonjol akibat posisi pemotongan di tepi batang kayu. Selain itu, ada banyak simpul mati yang perlu diisi dengan kayu atau dempul untuk mendapatkan permukaan yang halus. Objek tersebut menampilkan beragam warna, sebagian besar berwarna kemerahan atau coklat tua dengan sedikit warna abu-abu, sehingga menghasilkan estetika yang agak sumbang. Mengenai kualitas kekuatan, kelas C dan kelas D adalah yang paling lemah kekuatannya. Sudah menjadi fakta umum bahwa kayu gubal lebih rentan terhadap deformasi dan kerusakan karena kepadatan kayunya lebih rendah dibandingkan kayu teras. Oleh karena itu, furnitur yang dibuat dari kayu kelas C dan D memiliki masa pakai yang lebih pendek dibandingkan furnitur yang dibuat dari kelas lain, dan lebih rentan terhadap dampak fluktuasi cuaca. Jati grade C dan D

cocok untuk furnitur *indoor* tetapi tidak cocok untuk furnitur *outdoor*. Furnitur ini memiliki daya tahan yang unggul dibandingkan dengan jenis kayu lainnya, dan daya tarik estetikanya dapat ditingkatkan dengan penerapan warna tambahan atau pewarnaan khusus di seluruh permukaan kayu.

Kecamatan Wates Kabupaten Kediri terdapat tiga usaha mebel yang tempatnya saling berdekatan dan mengalami perkembangan yang pesat, berikut data dari mebel yang berada di wilayah Kecamatan Wates:

Tabel 1. 1
Data Pembanding Mebel di Kecamatan Wates

No .	Aspek Pembanding	UD Mebel Sumber Rizky Wates	Mebel Ayu	Meubel Sidodadi
1.	Kinerja	Kinerja yang diberikan UD Mebel Sumber Rizky Wates menggunakan bahan baku kayu jati grade B dan kayu akasia mengutamakan kenyamanan dan kepuasan konsumen yang membeli produk tersebut.	Kinerja yang diberikan Mebel Ayu kurang memuaskan karena Mebel Ayu menggunakan bahan baku kayu sengon dan kayu mindi yang memiliki kualitas kurang baik untuk pembuatan furnitur rumah tangga.	Kinerja yang diberikan Meubel Sidodadi menggunakan bahan baku dari kayu mahoni dan kayu jati grade D yang mana memiliki kualitas jelek dari bahan bakunya sehingga konsumen juga tidak puas dengan hasilnya.
2.	Pelayanan	Pelayanan pemilik perusahaan sangat ramah dan baik.	Pelayanan pemilik perusahaan baik tetapi kurang	Pelayanan pemilik perusahaan baik dan kurang jelas dalam

			ramah dalam berbicara dengan konsumen.	mempromosikan produknya.
3.	Ketahanan	Produk UD Mebel Sumber Rizky Wates memiliki ketahanan yang cukup kuat dan awet terhadap jamur dan rayap sampai beberapa tahun kedepan.	Produk Mebel Ayu memiliki ketahanan yang tidak cukup lama karena kualitas kayu mudah pecah dan rawan terhadap jamur dan rayap.	Produk Mebel Sidodadi memiliki ketahanan tidak cukup lama karena kayunya rawan terhadap jamur dan rayap.
4.	Keandalan	UD Mebel Sumber Rizky Wates sangat konsisten dalam membuat produknya dengan menggunakan kayu dengan kualitas baik sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk secara berulang-ulang.	Mebel Ayu tidak konsisten dalam memilih bahan baku untuk pembuatan furniturnya maka akan berpengaruh pada kualitas yang dihasilkan tidak awet sehingga konsumen enggan untuk membeli produk secara berulang-ulang.	Meubel Sidodadi konsisten dalam hal ketepatan dalam proses produksi dan memiliki daya tarik tersendiri pada produk yang dihasilkannya.
5.	Keistimewaan Produk	UD Mebel Sumber Rizky Wates memiliki keistimewaan pada bentuk ukiran yang modern,	Mebel Ayu memiliki keistimewaan produk pada finishing produk yang menarik dan mudah sekali	Meubel Sidodadi memiliki keistimewaan produk yaitu terletak pada jahitan yang rapi dan dan finishing yang menarik.

		desain, serta finishing yang menarik dan memuaskan konsumen.	dalam merawat kayunya.	
6.	Kesesuaian Sprsifikasi	Memiliki kesesuaian yang nyata terhadap spesifikasi yang diberikan owner UD Mebel Sumber Rizky Wates kepada konsumen yang membeli produk.	Owner Mebel Ayu antara apa yang disampaikan pada konsumen tidak memiliki kesesuaian yaitu produknya tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen.	Owner Meubel Sidodadi memiliki kesesuain spesifikasi dengan kenyataannya 70% antara yang disampaikan pada konsumen saat memesan/membeli dengan hasil yang diperoleh

Sumber : Berdasarkan observasi pada Agustus 2022.

Berdasarkan tabel 1. 1 diketahui bahwa di Kecamatan Wates terdapat tiga usaha mebel yaitu UD Mebel Sumber Rizky Wates, Mebel Ayu dan Meubel Sidodadi yang mana dari ketiga mebel tersebut memiliki keunggulan masing-masing yaitu dalam dimensi persepsi seperti kinerja, pelayanan, ketahanan, keandalan, keintimewaan produk, kesesuaian spesifikasi serta hasil akhir. Dimana ketiga mebel tersebut tidak jauh berbeda keunggulannya.

Jadi konsumen lebih tertarik akan mengoleksi produk yang dihasilkan dari UD Mebel Sumber Rizky Wates karena perusahaan yang menghasilkan produk yang paling unggul dari perusahaan sejenis lainnya. Perusahaan tersebut juga lebih banyak diketahui oleh konsumen berbagai kota maupun luar kota karena keunggulan produknya.

Mengingat akan pentingnya sebuah keputusan pembelian dalam suatu usaha, untuk itu peneliti melakukan observasi sebagai langkah awal mengenai faktor yang membuat konsumen UD Sumber Rizky Wates memilih membeli berbagai macam furnitur di UD Mebel Sumber Rizky Wates.

Tabel 1. 2

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Furnitur dari UD Mebel Sumber Rizky Wates⁷

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian		Responden
Psikologis	Persepsi	16
	Kepercayaan dan Sikap	1
	Motivasi	0
	Proses Belajar	0
Pribadi	Gaya Hidup	5
	Pekerjaan	2
	Keadaan Ekonomi	2
	Usia dan Siklus Hidup	0
	Kepribadian dan Konsep Diri	0
Sosial	Kelompok Referensi	2
	Keluarga	1
	Peran dan Status	1
Budaya	Kebudayaan	1
	Kelas Sosial	1
	Subbudaya	0
JUMLAH		32

Sumber : Berdasarkan Hasil Observasi pada Bulan September 2022.

Hasil observasi dari 32 konsumen dengan motif pembelian yaitu adanya faktor pekerjaan, keadaan ekonomi dan kelompok referensi dengan 2 konsumen yang dipilih. Faktor gaya hidup dipilih 5 konsumen, faktor kepercayaan dan sikap, faktor kebudayaan, faktor kelas sosial, faktor peran dan status serta faktor keluarga dipilih masing-masing 1 konsumen.

⁷ Dr. Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, 10-14.

Sedangkan faktor persepsi merupakan jumlah yang dipilih konsumen paling banyak yaitu mencapai 16 konsumen. Dari sini terlihat bahwa sebagian besar konsumen yang membeli produk dari UD Mebel Sumber Rizky Wates dipengaruhi oleh persepsi dari faktor psikologis.

Menurut Kotler dan Amstrong, tindakan memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi yang akan menghasilkan gambaran itulah yang membentuk persepsi seseorang.⁸ Dalam situasi sama, persepsi seseorang pada produk pasti beda karena adanya proses pemilihan stimuli yang berbeda. Hakikatnya persepsi memiliki hubungan secara langsung dengan perilaku seseorang ketika membuat keputusan tentang sesuatu yang diinginkannya. Adanya persepsi konsumen kami dapat mengidentifikasi kekuatan, peluang, dan ancaman dari produk kami.⁹

Persepsi konsumen merupakan salah satu faktor untuk mengenali suatu produk dari berbagai macam segi dari rangsangan panca indra seseorang, setelah itu bisa menafsirkan sebuah makna terkait dengan sebuah produk yang mana tiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda. Persepsi konsumen atas produk yang dihasilkan dari UD Mebel Sumber Rizky Wates UD Mebel Sumber Rizky Wates menyediakan berbagai produk dan jasa. Seperti membuat berbagai alat rumah tangga, menyediakan jasa memperbaiki alat rumah tangga juga sesuai keinginan pasar, serta memasarkan produknya yang merupakan hasil dari produksinya sendiri.

⁸ Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 169.

⁹ Suprptono dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis Edisi 2*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2011), 165.

Berdasarkan rangkaian uraian latar belakang tersebut, peneliti mengambil UD Mebel Sumber Rizky Wates sengaja dipilih sebagai tempat penelitian dikarenakan UD mebel sumber Rizky Wates termasuk salah satu industri furnitur yang paling lama berdiri di wilayah Wates Kabupaten Kediri, dimana UD Mebel Sumber Rizky Wates telah berdiri sejak tahun 1994. Disisi lain berdasarkan pemantauan peneliti UD mebel sumber Rizky Wates termasuk perusahaan yang menjual furnitur lebih lengkap dibanding usaha mebel lainnya. Selanjutnya peneliti mengambil faktor persepsi sebagai variabel bebas (*independent*) karena memperoleh jumlah responden terbesar yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian furnitur yang mana peneliti memilih keputusan pembelian sebagai variabel terikat (*dependent*). Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Furnitur (Pada UD Mebel Sumber Rizky Wates Kabupaten Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi konsumen furnitur pada UD Mebel Sumber Rizky Wates ?
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen furnitur Pada UD Mebel Sumber Rizky Wates ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian furnitur pada UD Mebel Sumber Rizky Wates ?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap furnitur pada UD Mebel Sumber Rizky Wates.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen terhadap furnitur pada UD Mebel Sumber Rizky Wates.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian furnitur pada UD Mebel Sumber Rizky Wates.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta menambah informasi yang bermanfaat, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam pembelian suatu produk.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman, pengetahuan dan wawasan yang berguna untuk melakukan penelitian terkait dengan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu UD Mebel Sumber Rizky Wates UD Mebel Sumber Rizky Wates dalam pengembangan perusahaan terkait dengan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian.

UD Mebel Sumber Rizky wates diharapkan menjadikan penelitian ini sebagai bahan evaluasi dan refleksi dalam mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen dan menjadikan penelitian ini sebagai sarana pengembangan perusahaan.

c. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi untuk penelitian selanjutnya baik pada permasalahan dengan teori dan praktisi yang sejenis, serta dapat digunakan sebagai sumber informasi atau data, serta memperluas pengetahuan tentang pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian.

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fenti Koyumah (2020) Mahasiswi IAIN Kediri yang berjudul Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Seragam Lancar Jaya Kediri).

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data. Populasi dan sampel penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian seragam di Toko Seragam Lancar Jaya Kediri yang berjumlah 96 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif konsumen (X) terhadap pembelian seragam di Toko Seragam Lancar

Jaya Kediri berada pada rentang cukup, dan keputusan pembelian (Y) juga berada pada rentang cukup.¹⁰

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Fenti Koyumah dan peneliti yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya penelitian diatas terletak pada objek penelitiannya yang mana penelitian yang dilakukan oleh Fenti Koyumah objek penelitiannya adalah konsumen toko seragam lancar jaya Kediri sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada UD Mebel Sumber Rizky Wates Kabupaten Kediri.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Uhad Lutfy Nurrohman (2020) Mahasiswa IAIN Kediri yang berjudul Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Cap Gajah Duduk (Studi Kasus pada Santriwan Ponpes Hidayatul Mubtadiin Lirboyo).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel dan populasi adalah santri Ponpes Hidayatul Mubtadiin Lirboyo Kediri pada jenjang Aliyah kelas 3 yang menggunakan Sarung Cap Gajah Duduk sebanyak 97 konsumen. Metode pengumpulam data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran angket dan menganalisis data dengan metode regresi linier sederhana dan korelasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen

¹⁰ Fenti Koyumah, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Seragam Lancar Jaya Kediri)*, (Kediri: IAIN Press, 2020).

sebagai variabel X yang termasuk kategori cukup dan keputusan pembelian sebagai variabel Y termasuk kategori kurang.¹¹

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Uhad Lutfy Nurrohman dan peneliti yang akan dilakukan ialah sama-sama membahas permasalahan tentang persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan dari penelitian diatas terletak pada objek penelitiannya dimana penelitian yang dilakukan oleh Uhad Lutfy Nurrohman objek penelitiannya adalah pada santriwan Ponpes Hidayatul Mubtadiin Lirboyo sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada UD Mebel Sumber Rizky Wates Kabupaten Kediri.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Alfiana Nurazizah (2019) Mahasiswa IAIN Kediri yang berjudul Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Merek Laurier (Studi Kasus Pada Santriwati Ponpes Putri Takhfizul Qur'an Lirboyo Kediri).

Menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan menggunakan instrumen penelitian angket yang disebar kepada responden. Populasi dan sampel penelitian ini ialah Santriwati Ponpes Putri Takhfizil Qur'an Lirboyo Kediri sebanyak 186 konsumen membeli pembalut merek laurier. Dan pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* metode sampel random sampling.¹²

¹¹ Uhad Lutfy Nurrohman, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Cap Gajah Duduk (Studi Kasus Pada Santriwan Ponpes Hidayatul Mubtadiin Lirboyo Kediri)*, (Kediri: IAIN Press, 2020).

¹² Alfiana Nurazizah, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Merek Laurier (Studi Kasus Pada Santriwati Ponpes Putri Takhfizil Qur'an Lirboyo Kediri)*, (Kediri: IAIN Press, 2019).

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Alfiana Nurazizah dan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaan dari penelitian diatas terletak pada penelitian diatas terletak pada objek penelitiannya dimana penelitian yang dilakukan oleh Alfiana Nurazizah objek penelitiannya adalah pada santriwati Ponpes Putri Takhfizil Qur'an Lirboyo Kediri sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada UD Mebel Sumber Rizky Wates Kabupaten Kediri.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rizka Puspita Wahyuningtyas (2019) Mahasiswa IAIN Kediri yang berjudul Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016).

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini ialah Mahasiswi IAIN Kediri dari Prodi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2016 dengan jumlah 65 mahasiswi yang membeli produk kosmetik dari Sariayu. Metode dalam pengambilan sampel data dengan cara observasi dan penyebaran angket pada responden.¹³

Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Rizka Puspita Wahyuningtyas dan peneliti yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan

¹³ Rizka Puspita Wahyuningtyas, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Kosmetik (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2016)*, (Kediri: IAIN Press, 2019).

keduanya adalah penelitian diatas terletak pada objek dari penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Rizka Puspita Wahyuningtyas objek penelitiannya adalah pada Mahasiswi dari Prodi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2016 sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu pada UD Mebel Sumber Rizky Wates Kabupaten Kediri.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Eka Putri (2019) Mahasiswa IAIN Kediri yang berjudul Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso (Studi Kasus Pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi dan sampel penelitian ini adalah Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018 sebanyak 100 konsumen mengan menggunakan metode *random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan persepsi konsumen dengan keputusan pembelian sangat kuat yaitu sebesar 0,833.¹⁴

Persamaan penelitian yang dilakukan Anggraini Eka Putri dengan peneliti yang akan dilakukan adalah sama-sama menganalisis persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya penelitian diatas terletak pada objek penelitiannya dimana penelitian yang dilakukan oleh Anggraini Eka Putri objek penelitiannya adalah pada santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018 sedangkan objek penelitian yang akan

¹⁴ Anggraini Eka Putri, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso (Studi Pada Santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo Kediri Tahun 2018)*, (Kediri: IAIN Press, 2019).

dilakukan peneliti yaitu pada UD Mebel Sumber Rizky Wates Kabupaten Kediri.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ialah jawaban atas masalah yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan, tetapi jawaban tersebut bersifat pendahuluan dan harus adanya penelitian selanjutnya sengai bukti kebenarannya.¹⁵ Dari perumusan masalah diatas, maka hipotesis penelitiannya dibawah ini sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada UD Mebel Sumber Rizky Wates.

H_a : Terdapat pengaruh secara signifikan antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada UD Mebel Sumber Rizky Wates.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.