

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Setiap perusahaan bisnis tentunya mempunyai tujuan untuk mengembangkan usahanya. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya mempertahankan dan meningkatkan laba perusahaan dengan cara meningkatkan volume penjualan produknya, di mana kualitas produk menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan ini. Dalam latar belakang ini, perlu ditegaskan bahwa kalau kualitas produk tidak bagus, maka produk akan ditinggalkan oleh konsumen, seperti yang sering terjadi pada perusahaan yang gagal beradaptasi.

Kegiatan perusahaan yang berdasar pada konsep kualitas produk harus di arahkan untuk memenuhi tujuan perusahaan.¹ Sebaliknya, perusahaan-perusahaan besar seperti IKEA (*Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd*) atau perusahaan furnitur global lainnya berhasil berkembang karena mereka tidak hanya berinovasi tetapi juga secara konsisten mempertahankan kualitas, yang pada akhirnya mempengaruhi peningkatan penjualan. Volume penjualan produk meningkat, seperti yang ditunjukkan oleh data penjualan yang naik dari tahun 2022 hingga Juni 2025. Tren ini terlihat di berbagai industri, termasuk pengolahan kayu.²

¹ Nindya Kartika Kusumayati dan Mochamad Reza Adiyanto, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan (Studo Pada Penjualan Martabak “Bintang” Sidoarjo)”, *Accounting and Management Journal*, Vol. 4 No. 1 (2020), 54

² Karina Widya Andari, “Peran Strategi Marketing 4.0 Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk” (Skripsi tidak diterbitkan, Kediri: IAIN, 2019), 1-2.

Peningkatan ini terus terjadi salah satunya karena kualitas produk yang tidak berubah atau bahkan ditingkatkan, seperti penggunaan kayu pilihan yang tahan lama dan ramah lingkungan.³ Kemungkinan faktor lain ada, tetapi alasan yang paling kuat adalah kualitas produk, karena konsumen cenderung setia pada produk yang teruji dan andal. Dengan demikian, peran kualitas produk tidak hanya sebagai elemen teknis, tetapi juga sebagai strategi utama untuk membangun kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.⁴

Industri pengolahan kayu di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi yang strategis, berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui ekspor dan penyerapan tenaga kerja. Peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan menjadi semakin penting di sektor ini, karena konsumen global semakin menuntut barang yang tahan lama, ramah lingkungan, dan estetis.⁵

Menurut data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia pada tahun 2023, sektor ini menyumbang sekitar 15% dari total ekspor non-migas, dengan nilai mencapai miliaran dolar AS setiap tahunnya.⁶ Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan ketat di pasar global, fluktuasi harga bahan baku, serta kebutuhan untuk menjaga kualitas produk agar tetap kompetitif.

³ Khamid M, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Batik Riziq Pekalongan di Batam", Skripsi, (Batam: Universitas Riau Kepulauan, 2015), 10.

⁴ Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi), (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 7.

⁵ Blitar, Pengertian, "*Fungsi, dan Tugas Marketing Secara Lengkap*", www.gurupendidikan.com, 04 Januari 2019, Diakses pada hari kamis, 18 September 2025 Pukul 08.23 WIB

⁶ Kementerian Perindustrian, dikutip dalam "Nilai Ekspor Industri Kayu pada Kuartal II/2023 Menurun 27,79 Persen," [Bisnis.com](http://bisnis.com), 24 Oktober 2023, <https://foto.bisnis.com/view/20231024/1707375/nilai-ekspor-industri-kayu-pada-kuartal-ii2023-menurun-2779-persen>, diakses 8 Juli 2026.

Di tengah era digital dan perubahan perilaku konsumen yang semakin sadar akan keberlanjutan lingkungan, kualitas produk tidak hanya berfokus pada kekuatan fisik seperti ketahanan kayu, tetapi juga pada aspek seperti desain unik dan bahan yang berkelanjutan. Hal ini menjadi krusial bagi usaha kecil dan menengah (UKM) di bidang pengolahan kayu, yang sering kali bergantung pada rantai pasok tradisional untuk meningkatkan volume penjualan, di mana kualitas produk yang konsisten dapat menjadi pembeda utama dibandingkan pesaing.

Di tingkat regional, Kota Kediri, Jawa Timur, dikenal sebagai salah satu pusat industri kayu yang berkembang pesat, didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal dan akses ke pasar domestik. Di sini, kualitas produk merupakan faktor utama dalam meningkatkan volume penjualan, terutama untuk produk seperti baki kayu yang terbuat dari limbah kayu. Kecamatan Pesantren, sebagai fokus utama, memanfaatkan sumber daya alam lokal untuk memproduksi barang kerajinan fungsional yang digunakan di rumah tangga, restoran, dan hotel. Produk ini memiliki potensi pasar luas karena sifatnya yang ramah lingkungan dan estetis. Namun, banyak perusahaan di sektor ini masih menghadapi kendala terkait kualitas, seperti ketergantungan pada bahan baku yang tidak konsisten, yang berdampak pada stabilitas volume penjualan. Menurut jurnal Manajemen Pemasaran, penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan penjualan hingga 20-30% pada industri kerajinan kayu di Jawa Timur, terutama melalui penggunaan bahan pilihan dan inovasi desain yang menekankan daya tahan dan keunikan. Oleh karena itu, memprioritaskan kualitas produk bukan hanya untuk

memenuhi standar konsumen, tetapi juga untuk membangun loyalitas jangka panjang.

Secara khusus, PT Kediri Wood Industry (KWI) merupakan salah satu unit perusahaan di bawah naungan The Kediri Group yang berkantor pusat di Jakarta. Dengan lokasi pabrik di Jl. Brigadier General Pol. Imam Bachri Pranoto No.86, Bangsal, Kec. Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur, PT KWI yang telah berdiri sejak tahun 1973 bergerak dalam bidang industri perkayuan dan mampu menghasilkan jenis produk melalui metode dan teknik produksi yang relatif modern. Spesialisasi dari PT KWI adalah dalam pembuatan baki kayu (*wooden tray*) dalam beragam ukuran dan desain. Komitmen dan tanggung jawab yang tinggi akan kualitas produk mejadi modal PT KWI untuk meraih kepercayaan konsumen. PT KWI meyakini bahwa kualitas adalah kunci utama yang menentukan eksistensi produk dalam persaingan produk perkayuan yang semakin ketat dewasa ini.⁷

PT Kediri Wood Industry (KWI) di Kecamatan Pesantren, Kota Kediri, merupakan contoh nyata dari dinamika ini. Perusahaan ini memproduksi baki kayu sebagai produk utama, dengan variasi ukuran mencapai 13-14 jenis (seperti bentuk bulat, persegi, dan persegi panjang) yang terjual di pasaran. Bahan dasar produk terdiri dari lapisan luar kayu jati untuk estetika premium dan lapisan dalam dari kayu rakyat lokal seperti pohon durian, kenanga, mangga, dan padang, yang menekankan aspek keberlanjutan. Proses produksi dilakukan secara bertahap dan intensif, meliputi pengupasan kayu mentah, pengadukan, pengepresan, pemotongan,

⁷ Pemerintah Kota Kediri, “*PT Kediri Wood Industry (KWI)*”, <https://kedirikota.go.id> diakses pada hari minggu, 05 Oktober 2025 Pukul 10.30 WIB

penggosokan, perebusan, dan penjemuran, sehingga satu bulan dapat menghasilkan ribuan unit sebagai stok setengah jadi. Volume penjualan perusahaan relatif stabil pada periode Januari-Mei setiap tahun, dengan peningkatan pada Januari-April 2025 berkat order tambahan selain kontrak dasar. Pengiriman difokuskan hanya ke Jakarta sebagai pusat buyer utama, dengan volume 300-400 unit per bulan, yang kemudian disebar ke seluruh Indonesia oleh buyer tersebut bahkan produk ini sering kali "kembali" ke pasar lokal Kediri melalui rantai distribusi nasional.

Analisis Komposisi Material dan Kualitas Produk PT Kediri Wood Industry merujuk pada data observasi yang dilakukan di PT Kediri Wood Industry (KWI), Kecamatan Pesantren, Kota Kediri, berikut dipaparkan klasifikasi terperinci mengenai karakteristik serta pemanfaatan beragam jenis kayu dalam proses manufaktur baki kayu. Analisis Komposisi Material dan Kualitas Produk PT Kediri Wood Industry, dalam upaya menjaga standar kualitas produk baki kayu, PT Kediri Wood Industry mengimplementasikan strategi diversifikasi bahan baku kayu yang didasarkan pada aspek fungsi struktural serta keindahan (estetika). Kayu Jati (*tectona grandis*) menempati kasta tertinggi dalam hierarki klasifikasi kualitas di perusahaan ini. Pihak manajemen secara khusus mengalokasikan material jati sebagai lapisan eksterior atau *finishing* premium. Keputusan ini didasari oleh sifat fisik jati yang memiliki kerapatan serat tinggi, kekuatan mekanis yang mumpuni, serta resistensi alami terhadap faktor kelembapan. Meskipun memerlukan biaya produksi yang lebih besar, penggunaan jati secara sengaja bertujuan untuk

mengoptimalkan indikator kualitas yang meliputi ketahanan (*durability*), nilai estetika, serta persepsi kualitas di mata konsumen (*perceived quality*).

Pada segmen material penunjang atau lapisan interior, perusahaan mendayagunakan empat varietas kayu dengan spesifikasi kualitas tingkat menengah hingga tinggi. Kayu Durian menjadi salah satu material unggulan dalam kategori ini karena memiliki serat yang relatif rapat, namun tetap berbobot ringan dan fleksibel untuk dibentuk. Keunggulan signifikan kayu durian terletak pada efisiensi proses produksi dan keandalan performanya, walaupun material ini memiliki keterbatasan dalam menghadapi kelembapan jika dibandingkan dengan kayu jati.

Selain itu, perusahaan juga mengaplikasikan Kayu Mangga dan Kayu Kenanga yang masuk dalam kategori kualitas menengah. Pemilihan Kayu Mangga didorong oleh tekstur permukaannya yang halus serta bobotnya yang ringan, sehingga sangat menunjang aspek kesesuaian produk (*conformance*) dan kemudahan dalam penanganan (*serviceability*). Namun, kayu ini memerlukan pengawasan ketat pada tahap pengeringan guna meminimalisir risiko keretakan. Di sisi lain, Kayu Kenanga dipilih karena mampu memberikan stabilitas pada tekstur serta aroma khas yang meningkatkan nilai fungsional produk.

Sebagai pelengkap, PT Kediri Wood Industry mengintegrasikan Kayu Padang (kayu rakyat lokal) sebagai komponen lapisan dalam. Langkah ini diambil untuk meraih efisiensi biaya dan mendukung aspek keberlanjutan lingkungan. Secara teknis, kayu lokal ini memiliki fleksibilitas serta kekuatan yang cukup untuk memenuhi standar spesifikasi teknis yang telah ditetapkan

(*conformance to specification*). Meskipun terdapat variasi kualitas yang bergantung pada sumber bahan baku, pemanfaatan kayu lokal ini merupakan strategi kunci bagi perusahaan dalam mengoptimalkan rantai pasok material yang ekonomis namun tetap mengedepankan aspek fungsionalitas.⁸

Tabel 1.1

Range Kualitas Berdasarkan Fungsi Material

No	Kategori Kualitas	Jenis Kayu	Fungsi Utama
1	Premium (High Grade)	Kayu Jati	Estetika luar, daya tahan tinggi, nilai jual produk
2	Medium Grade	Kayu Durian, Mangga, Kenanga	Struktur dalam, keseimbangan biaya dan kekuatan
3	Supporting Material	Kayu Padang / Kayu Lokal	Penguat struktur bagian dalam dan efisiensi biaya

Sumber: Hasil Observasi Data Kualitas Kayu PT Kediri Wood Industry (KWI) Kec. Pesantren, Kota Kediri

Strategi PT Kediri Wood Industry (KWI) cenderung bergantung pada kualitas produk yang telah teruji, seperti corak dan motif hiasan orisinal yang menjadi daya tarik utama, meskipun perusahaan belum sepenuhnya memaksimalkan peran ini untuk meningkatkan volume penjualan. Peran kualitas produk di sini terlihat dari penggunaan kayu pilihan yang tahan lama, yang telah menjaga loyalitas konsumen selama puluhan tahun tanpa komplain signifikan. Namun, ketergantungan pada kontrak jangka panjang dengan buyer di Jakarta membatasi potensi pertumbuhan, karena perusahaan belum secara aktif mengintegrasikan peningkatan kualitas sebagai pusat strategi bisnis. Misalnya, jika kualitas produk ditingkatkan melalui sertifikasi lingkungan atau inovasi bahan, volume penjualan dapat meningkat lebih signifikan. Di tengah partisipasi terbatas seperti pameran Apeksi, kualitas

⁸ Hasil Observasi Data Kualitas Kayu PT Kediri Wood Tanggal 8 November 2025, jam 14.05.

produk tetap menjadi aset utama, tetapi perusahaan perlu lebih proaktif dalam memantau dan meningkatkan aspek ini, seperti memastikan konsistensi bahan baku dan desain yang adaptif terhadap tren konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk bukan hanya faktor internal, tetapi juga elemen kunci untuk memperluas akses reseller domestik dan ekspor. Hal ini dapat dibuktikan dengan peningkatan volume penjualan dalam rentang kurun tahunnya sebagai berikut:

Tabel 1.2

Volume Penjualan Produk Baki Kayu PT Kediri Wood Industry (KWI)

Tahun	Bulan	Volume Unit (Total Triwulan)	Nilai Penjualan (Rp)	Kenaikan/Penurunan (Rp)
2022	Des	320	40.960.000	(Periode awal)
2023	Jan - Mar	960 (320/bln)	122.880.000	+81.920.000 (Peningkatan dari Des 2022)
	Apr - Jun	1.005 (335/bln)	128.640.000	+5.760.000 (Peningkatan dari Jan – Maret 2023)
	Jul - Sep	1.026 (342/bln)	131.328.000	+2.688.000 (Peningkatan dari Apr – Jun 2023)
	Okt - Des	1.074 (358/bln)	137.472.000	+6.144.000 (Peningkatan dari Jul – Sep 2023)
2024	Jan - Mar	1.074 (358/bln)	137.472.000	0 (Stabil dari Okt – Des 2023)
	Apr - Jun	1.092 (364/bln)	139.776.000	+2.304.000 (Peningkatan dari Jan – Mar 2024)
	Jul - Sep	1.191 (397/bln)	152.448.000	+12.672.000 (Peningkatan dari Apr – Jun 2024)
	Okt – Des	1.191 (397/bln)	152.448.000	0 (Stabil dari Jul – Sep 2024)
2025	Jan - Mar	1.200 (400/bln)	153.600.000	+1.152.000 (Peningkatan dari Okt – Des 2024)
	Apr - Jun	1.230 (410/bln)	157.440.000	+3.840.000 (Peningkatan dari Jan – Mar 2025)

Sumber: Hasil Observasi Data Penjualan PT Kediri Wood Industry (KWI) Kec. Pesantren, Kota Kediri

Berdasarkan tabel 1.3 di atas menjelaskan bahwa volume penjualan produk baki kayu di PT Kediri *Wood Industry* yang bertahap dan konsisten sepanjang periode Desember 2022 hingga Juni 2025, mulai dari 320 unit di akhir 2022 hingga mencapai 1.230 unit pada triwulan April – Juni 2025. Secara keseluruhan, nilai penjualan triwulan meningkat dari Rp 40.960.000 (Des 2022) menjadi Rp 157.440.000 (Apr – Jun 2025), dengan total kumulatif sekitar Rp 1.464.064.000. Peningkatan awal yang signifikan terjadi pada Januari – Maret 2023 (+Rp 81.920.000), diikuti oleh kenaikan kecil tapi stabil di triwulan berikutnya, seperti +Rp 5.760.000 pada April – Juni 2023 dan +Rp 12.672.000 pada Juli – September 2024. Periode stabil (0 Rp) terlihat pada Januari – Maret 2024 dan Oktober – Desember 2024, yang mencerminkan ketergantungan pada kontrak buyer tetap di Jakarta tanpa fluktuasi besar.

Pola ini selaras dengan rentang pengiriman 300 – 400 unit per bulan yang disebutkan dalam wawancara, di mana volume naik secara bertahap dari 320 unit (2022 – 2023 awal) ke 410 unit (2025), kemungkinan didorong oleh order tambahan dan keunikan motif produk tetap laku. Namun, tidak ada penurunan, signifikan menandakan strategi pemasaran pasif (seperti partisipasi pameran terbatas) yang menjaga kestabilan tapi membatasi potensi pertumbuhan lebih cepat. Di masa depan, perusahaan dapat memanfaatkan tren ini melalui diversifikasi promosi, misalnya dengan menargetkan reseller atau ekspor, untuk mempertahankan momentum peningkatan hingga lebih dari 400 unit per bulan. Data ini didasarkan pada informasi yang diberikan

dan dapat disesuaikan dengan catatan penjualan aktual untuk analisis lebih lanjut.

Penelitian ini unik karena mengambil objek penelitian yang spesifik, yaitu perusahaan kecil di Kecamatan Pesantren, Kota Kediri, yang memproduksi baki kayu dari limbah kayu dengan variasi 13-14 jenis. Hal ini berbeda dari penelitian umum tentang industri kayu nasional, karena mengeksplorasi dinamika internal perusahaan seperti proses produksi bertahap (pengupasan, pengadukan, pengepresan, dll.) dan ketergantungan pada buyer tunggal di Jakarta, yang belum banyak dibahas dalam konteks UKM regional.

Kebaharuan terlihat dalam penggunaan metode kualitatif untuk menganalisis bagaimana faktor seperti bahan baku berkualitas tinggi (kayu jati luar dan kayu lokal dalam), desain inovatif, dan standar produksi konsisten memengaruhi volume penjualan. Ini mengisi celah penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada data kuantitatif umum, dengan menambahkan aspek keberlanjutan lingkungan dan tren konsumen digital yang belum sepenuhnya diintegrasikan dalam studi serupa di Jawa Timur.

Produksi ini inovatif karena menekankan penggunaan limbah kayu sebagai bahan utama, yang ramah lingkungan dan estetis, serta potensinya untuk diversifikasi pasar (domestik dan ekspor). Hal ini membedakan dari penelitian konvensional yang lebih menekankan kayu utuh, dan menunjukkan kebaruan dalam menghubungkan kualitas produk dengan loyalitas konsumen jangka panjang tanpa komplain signifikan.

Penelitian ini penting karena menginvestigasi peran kualitas produk terhadap peningkatan volume penjualan hingga 20-30% berdasarkan data jurnal terkait. Ini membantu perusahaan seperti PT KWI mengatasi keterbatasan strategi pemasaran pasif dan ketergantungan pada kontrak buyer, sehingga mendukung pertumbuhan berkelanjutan dari 320 unit (2022) menjadi 1.230 unit (Juni 2025).

Penelitian ini menekankan pentingnya kualitas produk sebagai strategi untuk membangun kepercayaan konsumen dan mendorong praktik ramah lingkungan, seperti penggunaan kayu pilihan dan limbah. Ini relevan di era digital di mana konsumen semakin sadar lingkungan, sehingga membantu industri menghindari kegagalan adaptasi dan mendukung keberlanjutan jangka panjang, termasuk potensi ekspor dan diversifikasi pasar.

Dengan latar belakang tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan produk baki kayu di PT Kediri Wood Industry (KWI), dengan pendekatan kualitatif untuk mengungkap dinamika internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan. Melalui fokus ini, penelitian akan mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor seperti bahan baku berkualitas tinggi, desain inovatif, dan standar produksi yang konsisten dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan. Temuan ini diharapkan memberikan rekomendasi bagi industri serupa di Kediri, seperti meningkatkan kualitas melalui investasi teknologi dan pelatihan, untuk mencapai peningkatan volume penjualan yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang, fokus utama masalah adalah peningkatan volume penjualan produk baki kayu yang masih terbatas meskipun menunjukkan tren positif, dipengaruhi oleh strategi pemasaran pasif, ketergantungan pada satu buyer di Jakarta, serta proses produksi yang stabil namun kurang didukung diversifikasi. Oleh karena itu, peneliti mengajukan penelitian berjudul **“Peran Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Baki Kayu (Studi pada PT Kediri Wood Industry (KWI) Kec. Pesantren, Kota Kediri).”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana standar kualitas produk baki kayu PT Kediri Wood Industry Kec. Pesantren, Kota Kediri?
2. Bagaimana peran kualitas produk baki kayu di PT Kediri Wood Industry Kec. Pesantren, Kota Kediri dalam meningkatkan volume penjualan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui standar kualitas produk baki kayu yang dilakukan oleh PT Kediri Wood Industry Kec. Pesantren, Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui peran kualitas produk baki kayu di PT Kediri Wood Industry Kec. Pesantren, Kota Kediri dalam meningkatkan volume penjualan.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi dan ilmu pengetahuan, memberikan tambahan informasi bagi yang berminat dengan dunia kerja. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan literatur untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pengetahuan, dan kontribusi positif bagi komunitas ilmiah dan pengembangan kajian teoritis ekonomi, terutama dalam hal meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan volume penjualan produk.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman penulis tentang kualitas produk dan signifikansinya dalam meningkatkan volume penjualan produk.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan khususnya literatur terkait kualitas produk sekaligus peran dalam meningkatkan volume penjualan produk.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi panduan bagi pembaca yang mencari pemahaman serta signifikansinya dalam meningkatkan volume penjualan produk.

d. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan evaluasi untuk penggunaan kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan yang lebih baik lagi pada usaha baki kayu di PT Kediri Wood Industry (KWI) Kec. Pesantren, Kota Kediri agar usaha tersebut semakin berkembang lagi ke depannya.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut telaah pustaka yang digunakan penulis:

1. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care (Studi Pada Konsumen Muslim Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri)*, Skripsi oleh Angelia Nesma Yunika Putri (2019), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.⁹

Penelitian sebelumnya ini mengambil produk perawatan kulit dari Larissa Aesthetic Center Kediri yang berlokasi di Jalan Panglima Polim No. 15, Kota Kediri, sebagai subjek studinya. Studi tersebut menyimpulkan, berdasarkan uji signifikansi R-square, bahwa kualitas produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yaitu sebesar 53%. Sementara itu, 47% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian tersebut, seperti harga, promosi, dan lokasi. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah fokus utama pada pembahasan mengenai kualitas produk. Perbedaan mendasarnya terletak pada pendekatan metode penelitian yang digunakan. Penelitian

⁹ Angelia Nesma Yunika Putri, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care (Studi Pada Konsumen Muslim Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri)*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2019)

sebelumnya mengadopsi metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

2. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kaos (Studi Pada Konsumen Distro Inception 99 Kediri)*, Skripsi oleh Meidita Ratih Andrianita (2019), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹⁰

Penelitian sebelumnya menjadikan Distro Inception 99, yang berlokasi di Desa Sukorejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri, sebagai lokasi studi. Studi tersebut menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh ini, yang diukur melalui uji signifikansi R-square, mencapai 77,9%. Sementara itu, 22,1% sisanya dari keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian tersebut, seperti promosi, lokasi, dan harga. Terdapat kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni fokus utama kedua studi adalah kualitas produk. Namun, perbedaan mendasar terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya mengaplikasikan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

3. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Pada Dealer Agung Motor Honda di Warujayeng*

¹⁰ Meidita Ratih Andrianita, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kaos (Studi Pada Konsumen Distro Inception 99 Kediri)*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2019)

Nganjuk, Skripsi oleh Niken Roro Wilis (2019), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹¹

Penelitian terdahulu mengambil produk motor Honda Vario pada Dealer Agung Motor Honda di Warujayeng Nganjuk sebagai objeknya. Berdasarkan hasil analisis, penelitian tersebut menyimpulkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario. Kesimpulan ini didapatkan melalui uji koefisien determinasi (R^2), yang menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan 36,4% dari variasi keputusan pembelian. Sementara itu, 63,6% sisanya dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian tersebut, seperti promosi, harga, dan lokasi atau tempat. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah fokus pada pembahasan kualitas produk. Namun, perbedaan mendasar terletak pada pendekatan metode penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu mengadopsi metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

4. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Minyak Goreng Bimoli (Studi Pada Alfamart Supersemar Kota Kediri)*, Skripsi oleh Mifthakhul Ilmiah (2019), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹²

¹¹ Niken Roro Wilis, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Pada Dealer Agung Motor Honda di Warujayeng Nganjuk*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2019)

¹² Mifthakhul Ilmiah, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Minyak Goreng Bimoli (Studi Pada Alfamart Supersemar Kota Kediri)*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2019)

Penelitian terdahulu yang dijadikan objek adalah minyak goreng Bimoli di Alfamart Supersemar Ngronggo, Kota Kediri. Hasil dari studi tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna minyak goreng Bimoli di lokasi tersebut. Pengukuran menggunakan koefisien determinasi (R^2) menghasilkan angka 60,8%, yang berarti kualitas produk memberikan kontribusi sebesar itu terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, 39,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian tersebut. Persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah fokus utama pada bahasan kualitas produk. Namun, terdapat perbedaan mendasar, yaitu penelitian terdahulu mengaplikasikan metode kuantitatif, sementara studi ini menggunakan metode kualitatif.

5. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pasta Gigi Pepsodent (Studi Pada Santriwan Pondok Pesantren Al-Amien Ngasinan Kota Kediri)*, Skripsi oleh Isnaini Zuliansyah (2021), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹³

Penelitian sebelumnya telah menjadikan produk pasta gigi Pepsodent sebagai fokus utamanya. Kesimpulan dari studi terdahulu ini mengungkapkan bahwa kualitas produk (variabel X) memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen (variabel Y). Melalui uji koefisien determinasi (R^2), ditemukan bahwa kontribusi kualitas produk adalah sebesar 60,1%. Sementara itu, 39,9% sisanya

¹³ Isnaini Zuliansyah, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pasta Gigi Pepsodent (Studi Pada Santriwan Pondok Pesantren Al-Amien Ngasinan Kota Kediri)*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021)

dipengaruhi oleh beragam faktor variabel lain, seperti harga, kualitas layanan, dan promosi. Studi terdahulu dan penelitian ini memiliki persamaan mendasar, yakni sama-sama membahas mengenai peran kualitas produk. Namun, terdapat perbedaan metodologis yang jelas yakni penelitian sebelumnya mengaplikasikan metode kuantitatif, sedangkan studi ini menggunakan metode kualitatif.