

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Semakin canggihnya teknologi sekarang ini, membuat manusia lebih mudah dalam melakukan suatu usaha. Semakin banyak manusia yang tertarik dengan dunia bisnis, karena menurut mereka selain keuntungan yang didapat relatif banyak, dunia bisnis menjadi tren dikalangan anak muda. Sudah banyak pengusaha muda yang berhasil dalam mengelola bisnisnya, karena sangat memperhatikan tentang apa saja yang berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Dengan semakin banyaknya usaha yang didirikan membuat persaingan dalam dunia bisnis meningkat. Pengusaha harus sekreatif mungkin dalam menjalankan usahanya serta berionavasi. Selain itu pengusaha harus memperhatikan apa saja yang menjadi faktor dalam pengambilan keputusan pembelian. Karena faktor ini sangat berpegaruh dalam meningkatkan penjualan, serta dalam mempertahankan suatu usaha dalam kondisi apapun. Keputusan pembelian yaitu pemilihan suatu produk dari beberapa pilihan alternatif.<sup>1</sup>

Dalam mempertahankan suatu usaha harus ada usaha yang dilakukan agar bisnis ini tetap berjalan dengan memperhatikan, keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor apa saja. Pada teori *marketing mix* yang disusun oleh Kotler dan Keller, tersebut yaitu diantaranya *product* atau produk, *price* atau harga, *promotion* atau promosi dan *location* atau lokasi.<sup>2</sup> Untuk kelangsungan hidup manusia dibutuhkan suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginannya yang dijual di pasar yaitu disebut produk. Harga yaitu satuan moneter atau satuan ukuran lain yang digunakan sebagai pertukaran

---

<sup>1</sup> Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam*, Jurnal Inovasi dan Bisnis: Volume 4, Nomor 2 ISSN: 2338-4840, (Desember 2016), 4.

<sup>2</sup> Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value dan Customer Dependency* (Bandung: Alfabeta, 2010), 22.

untuk memperoleh hak milik atas barang atau jasa. Promosi yaitu suatu kegiatan yang menyampaikan barang atau jasa dengan menyampaikan manfaat produk untuk menarik minat pelanggan. Lokasi yaitu suatu tempat dimana hasil produk perusahaan berada.<sup>3</sup> Dengan perusahaan mengetahui alasan pelanggan membeli produk yang dijualnya karena suatu faktor tertentu, maka mempermudah perusahaan dalam mengembangkan bisnis yang dijalankannya.

Wilayah Nganjuk terkenal dengan sebutan kota angin, karena angin di wilayah Nganjuk sangat kencang setiap harinya mulai dipagi hari hingga malam. Selain itu persawahan yang masih luas membuat wilayah Nganjuk semakin terasa dingin. Dengan masih banyaknya persawahan, petani membutuhkan alat untuk mengolah sawah. Dengan banyaknya permintaan alat pertanian membuat orang-orang Nganjuk tertarik untuk membuka usaha yaitu pande besi. Pande besi atau pandai besi adalah usaha yang mengolah besi dengan dicairkan kemudian dibentuk menjadi suatu produk yang dapat dipasarkan. Berikut ini adalah tabel usaha pande besi di wilayah Nganjuk antara lain:

**Tabel 1.1**  
**Usaha Pande Besi di Wilayah Nganjuk**

No.	Nama Perusahaan	Lokasi	Produk
1.	Pande Besi Peso Lotari	Ds. Mojokendil Kec. Ngrongot Kab. Nganjuk	Pisau rotary
2.	Pande Rotary Bapak Suhadi	Dsn. Jaruman Ds. Ngadirejo Kec. Tanjunganom	Pisau rotary
3.	Pande Besi Lotari	Dsn Gondang Ds. Tanjung Kec. Kertosono Kab. Nganjuk	Pisau rotary

<sup>3</sup> Suzy Widyasari dan Erna Triastuti F., *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah(Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang)*, Jurnal Tema Telaah Manajemen: Volume 6, Edisi 2 ISSN: 1693-9727, (September 2009), 3 – 4.

4.	Pande Pawiro Darmo	Ds. Ploso Kec. Nganjuk Kab. Nganjuk	Clurit
5.	Pande Besi Bapak Sumardi	Ds. Sawahan Kec. Lengkong Kab. Nganjuk	Cangkul
6.	Pande Besi Maju Jaya	Ds. Jampes Kec. Pace Kab. Nganjuk	Linggis dan sekop

Sumber: Hasil Observasi, 2021

Pada tabel tersebut dapat dilihat, terdapat tiga perusahaan memiliki volume penjualan yang sama yaitu produk pisau rotary. Pisau rotary adalah mata pisau yang ada pada bagian traktor yang berguna untuk mengolah tanah. Orang-orang Nganjuk membutuhkan alat traktor untuk mempermudah serta mempercepat dalam pengerjaan mengolah tanah. Dari ketiga usaha tersebut, pasti ada perbedaan antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Perbedaannya terlihat pada faktor bauran pemasaran yang diterapkan pada ketiga bisnis tersebut. Berikut ini adalah tabel usaha pande besi yang ada di wilayah Nganjuk bagian Timur.

**Tabel 1.2**  
**Pande Besi Rotari di Wilayah Nganjuk Bagian Timur**

Bauran Pemasaran	Pande Besi Peso Lotari	Pande Rotari Bapak Suhadi	Pande Besi Lotari
Produk	Pisau rotary Kualitas: - Ketebalan: 8 – 9mm - Berbentuk luwes, mengedepankan seni - Masa pemakaian wajar 2 – 3 musim	Pisau rotary Kualitas: Ketebalan 7mm dan berebentuk kaku.	Pisau rotary Kualitas: Ketebalan 7mm dan berbentuk kaku.
Harga	Rp 30.000	Rp. 25.000	Rp 35.000
Lokasi	- Ds. Mojokendil Kec. Ngrongot Kab. Nganjuk	Dsn. Jaruman Ds. Ngadirejo Kec.	Dsn Gondang Ds. Tanjung Kec. Kertosono

	- Terdapat di google maps dan papan nama di depan rumah	Tanjunganom	Kab. Nganjuk
Promosi	- Dari mulut ke mulut - Lewat media Facebook dan WhatsApp	Dari mulut ke mulut	Dari mulut ke mulut dan lewat media facebook
Jumlah pelanggan perhari	20	16	11

Sumber: Hasil Observasi tanggal 24 Januari 2022

Dapat disimpulkan dari tabel di atas bahwa menerapkan bauran pemasaran berdasarkan teori dan mempermudah pelanggan dalam mengkonsumsi produk merupakan usaha Pande Besi Peso Lotari. Selain itu, disetiap masing-masing usaha memiliki jumlah pelanggan perhari dengan rata-rata berbeda. Yang paling tinggi jumlah pelanggan rata-rata perhari yaitu Pande Besi Peso Lotari. Pande Besi Peso Lotari merupakan usaha turun temurun yang masih eksis sekarang ini, karena dengan mengedepankan kualitas produk yang unggul dengan harga yang mudah dijangkau. Selain itu semakin banyak mengenal usaha ini karena anaknya yang bernama Toni Indra Wijaya mulai mengembangkan usahanya dengan cara memasarkan produknya di media sosial sehingga membuat usaha ini semakin dikenal masyarakat luas. Serta dengan menambah fasilitas pengiriman produk hingga ke luar Jawa membuat pelanggan yang berasal dari luar Jawa lebih mudah memesan produk dari usaha Pande Besi Peso Lotari ini. Usaha ini telah berdiri sejak 1986, dengan memproduksi besi yang diolah menjadi mata pisau rotary.

Dapat dilihat dari tabel di atas yaitu usaha Pande Besi Peso Lotari mengedepankan kualitas produk yang tinggi dengan mengedepankan seni serta bentuk peso yang indah dan luwes. Hal ini sangat berpengaruh bagi pengguna traktor, karena produk dari Pande Besi Peso Lotari selain enak

dipandang juga lebih tajam dan nyaman saat digunakan. Berikut adalah hasil observasi peneliti yang sudah dilakukan dengan menggunakan teori 4P pada usaha Pande Besi Peso Lotari. Pande Besi Peso Lotari, yaitu:

**Tabel 1.3**

**Alasan konsumen memilih produk pisau rotari di Pande Besi Peso Lotari**

No.	Alasan pembelian produk	Jumlah
1.	Produk	16
2.	Harga	15
3.	Lokasi	0
4.	Promosi	4
Total		35

Sumber: Hasil Observasi, 2021

Dari hasil kuisioner yang disebar oleh peneliti terhadap 35 responden, dengan hasil alasan yang memilih karena faktor produk yaitu 16 orang, memilih karena faktor harga 15 orang, memilih karena faktor promosi 4 orang. Pelanggan dari Pande Besi Peso Lotari dominan memilih produk dari usaha tersebut karena faktor produk yang berkualitas unggul dengan harga yang mudah dijangkau. Selain itu ada beberapa pelanggan yang menganggap bahwa produk pisau rotary di Pande Besi Peso Lotari memiliki ketajaman yang lebih dibanding dengan produk usaha lain, sehingga produk ini tahan lama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelanggan Usaha Pande Besi Peso Lotari memutuskan untuk melakukan pembelian berdasarkan faktor produk dan harga. Setelah melakukan observasi dengan menemukan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pisau Rotary (Studi Kasus Pande Besi Peso Lotari Ds. Mojokendil Kec. Ngrongot Kab. Nganjuk)”**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana produk Pisau Rotary di Pande Peso Lotari?
2. Bagaimana harga Pisau Rotary di Pande Peso Lotari?

3. Bagaimana keputusan pembelian Pisau Rotary pada konsumen Pande Peso Lotari?
4. Bagaimana pengaruh dari produk pada keputusan pembelian Pisau Rotary di Pande Peso Lotari?
5. Bagaimana pengaruh dari harga pada keputusan pembelian Pisau Rotary di Pande Peso Lotari?
6. Bagaimana dengan keputusan pembelian Pisau Rotary di Pande Peso Lotari dipengaruhi oleh produk dan harga atau tidak?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Memahami tentang produk Pisau Rotary di Pande Peso Lotari.
2. Memahami tentang harga Pisau Rotary di Pande Peso Lotari.
3. Memahami tentang keputusan pembelian Pisau Rotary pada konsumen Pande Peso Lotari.
4. Memahami tentang pengaruh dari produk pada keputusan pembelian Pisau Rotary di Pande Peso Lotari
5. Memahami tentang pengaruh dari harga pada keputusan pembelian Pisau Rotary di Pande Peso Lotari.
6. Memahami keputusan pembelian Pisau Rotary di Pande Peso Lotari dipengaruhi oleh produk dan harga atau tidak.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Secara Teoritis
  - a. Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang keputusan pembelian terpengaruh oleh produk dan harga atau tidak.
  - b. Untuk persyaratan demi memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ekonomi Syariah di IAIN Kediri.
2. Kegunaan Secara Praktis
  - a. Bagi Perusahaan

Untuk menambah wawasan perusahaan perihal yang menjadi pengaruh dari keputusan pembelian. Hal ini akan memudahkan perusahaan untuk mengembangkan usahanya.

b. Bagi Peneliti Lainnya

Sebagai acuan atau referensi untuk penelitian di masa mendatang dalam bidang yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

## E. Telaah Pustaka

1. Alfi Hidayati.<sup>4</sup>

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, instrumennya berupa angket yang diberikan kepada responden. Dengan hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Jaket Hodie* sebesar 0,738 atau 73,8%. Dan variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Jaket Hodie* sebesar 0,570 atau 57,0%. Secara simultan harga dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jaket Hodie* sebesar 0,815 atau 81,5%.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian. Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah keduanya membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Kalih Purwasih.<sup>5</sup>

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016-2018 IAIN

---

<sup>4</sup> Alfi Hidayati, skripsi: *Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jacket Hodie* (Studi Pada *Glory Outfit* Blitar), (Kediri: IAIN Kediri, 2020).

<sup>5</sup> Kalih Purwasih, skripsi: *Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2016 2018 *Iain Purwokerto*), (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019).

Purwokerto yang melakukan pembelian pada *e-commerce* Shopee dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 93 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan melalui korelasi rank spearman, koefisien *konkordansi kendallw* dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil analisis korelasi *rank spearman* dapat disimpulkan bahwa produk, harga, distribusi dan promosi memiliki korelasi positif terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Lalu pada uji *konkordansi kendallw* menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,746 menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara produk, harga, distribusi, promosi dan keputusan pembelian dengan arah positif. Hasil analisis dengan menggunakan regresi ordinal pada tabel Model Fitting Information menunjukkan bahwa variabel produk, harga, distribusi, dan promosi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian sebelumnya membahas pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah keduanya membahas pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

### 3. Ilham Rahmat.<sup>6</sup>

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini di buktikan dengan thitung lebih besar dari ttabel ( $2,523 > 2,014$ ). Dan

---

<sup>6</sup> Ilham Rahmat, skripsi: *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat*, (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018).

kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini dibuktikan dengan thitung lebih besar dari ttabel ( $5,120 > 2,014$ ). Sedangkan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini dibuktikan dengan thitung lebih kecil dari ttabel ( $-1,035 < 2,014$ ). Dan begitu juga dengan Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian keripik cinta Air Hitam Langkat. Hal ini dibuktikan dengan thitung lebih kecil dari ttabel ( $0,389 < 2,014$ ).

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian sebelumnya membahas tentang pengaruh harga, kualitas produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian. Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah keduanya membahas tentang yang mempengaruhi keputusan pembelian.

#### **F. Hipotesis Penelitian**

1. H01 = Keputusan pembelian pisau rotary di Pande Besi Peso Lotari tidak dipengaruhi oleh produk.  
Ha1 = Keputusan pembelian pisau rotary di Pande Besi Peso Lotari dipengaruhi oleh produk.
2. H02 = Keputusan pembelian pisau rotary di Pande Besi Peso Lotari tidak dipengaruhi oleh harga.  
Ha2 = Keputusan pembelian pisau rotary di Pande Besi Peso Lotari dipengaruhi oleh harga.
3. H03 = Keputusan pembelian pisau rotary di Pande Besi Peso Lotari tidak dipengaruhi oleh produk dan harga.  
Ha3 = Keputusan pembelian pisau rotary di Pande Besi Peso Lotari dipengaruhi oleh produk dan harga.