

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial, dimana dari waktu ke waktu manusia semakin memahami cara terbaik dalam memenuhi kebutuhannya, menyusun informasi berkaitan dengan produk pemenuhan kebutuhan hingga lebih selektif lagi dalam memilih produk. Sesuai dengan banyaknya pertumbuhan ekonomi Indonesia yang konsumtif, tidak hanya *fashion* dan kuliner yang menjamur. Namun sekarang ini orang-orang gemar membuat dekorasi rumah menjadi lebih indah. Rumah merupakan istana bagi setiap penghuninya, dan orang pasti menginginkan tempat tinggalnya lebih nyaman dan terlihat cantik. Salah satu caranya adalah dengan menambahkan gorden dengan desain menarik. Gorden juga bisa dibidang sebagai benda wajib yang tidak boleh dilewatkan di setiap rumah. Karena fungsinya sebagai pelindung dari sinar matahari, juga sebagai pengaman agar benda-benda di dalam rumah tidak bisa dilihat dari luar oleh orang yang tidak di kenal.

Pada umumnya tirai atau gorden hanya berfungsi sebagai penutup jendela atau pembatas sebuah ruangan. Namun saat ini gorden bisa dijadikan *focal point* pada sebuah ruangan. Tidak bisa dipungkiri bahwa gorden sangat berpengaruh pada tampilan estetika ruang. Hal ini tidak lain karena porsi penutup jendela ini cukup besar sehingga menyita perhatian siapa pun yang melihatnya. Singkat kata, elemen penutup jendela ini berperan besar dalam menciptakan *mood* ruang.

Hampir semua orang bisa mendekor ruangan, namun tak semua orang bisa menghasilkan dekorasi yang seimbang agar tak sekadar enak dilihat, namun juga nyaman digunakan atau dihuni. Kehadiran gorden rumah tidak hanya berperan penting untuk menjaga privasi penghuni rumah, tapi juga untuk menambah nilai estetika interior. Pemilihan gorden rumah ini sebaiknya disesuaikan dengan warna dominan interior atau biasanya seragam dengan warna dinding. Industri tekstil seperti gorden menjadi salah satu pelengkap kebutuhan rumah yang akan terus berkembang di lingkungan masyarakat. Dalam menyalakan jalannya perusahaan agar tetap eksis, masing-masing perusahaan yang memproduksi gorden mempunyai kiat-kiat tersendiri, terutama pada orientasi produknya.

Orientasi produk gorden yang dihasilkan oleh suatu perusahaan selalu berubah model sesuai dengan *trend* yang diminati oleh masyarakat terhadap jenis bahan, warna, maupun model potongan serta aksesorisnya. Hasil produksi gorden yang berorientasi pada pesanan tergantung dengan *trend* masyarakat, melainkan harus sesuai dengan pesanan pihak konsumen, baik bahan, warna maupun model produk yang akan dihasilkan. Model, warna, ukuran dan jumlah seluruhnya ditentukan oleh pihak konsumen. Pihak perusahaan hanya bertugas mengerjakan pesanan sebaik mungkin berdasarkan pesanan dan dalam jangka waktu yang telah disepakati bersama.

Ketika menentukan sebuah desain rumah serta perabotan apa saja yang dibutuhkan, mungkin memilih gorden jendela bukanlah hal yang rumit. Ada beragam motif dan warna gorden jendela yang bisa dipilih. Hal ini tentunya

memudahkan konsumen untuk menyelaraskan gorden jendela dengan gaya ruangan. Ada banyak tipe dari gorden jendela yang perlu konsumen tahu sebelum memasangnya pada satu ruangan. Tidak semua tipe dari gorden jendela cocok untuk semua ruangan, salah-salah malah akan mengurangi fungsi dan estetika ruangan. Maka dari itu rekomendasi dari produsen sangat penting dalam pemilihan tipe gorden yang akan konsumen pilih.

Selain tipe gorden, konsumen juga akan dihadapkan pada pemilihan jenis kain. Produsen pasti akan menawarkan konsumen berbagai jenis kain. Seiring perkembangan *trend* gorden memiliki banyak varian mulai dari varian kain polos hingga bermotif. Bahannya pun juga bermacam-macam mulai dari bahan kain satin halus, kain *lace*/kain renda, kain *blackout*, kain *semi-blackout*, kain *dimout*, kain *chenille*, kain *belacu*, kain mori/kain batik, kain katun, dan kain sutra. Harga yang ditawarkan oleh jenis kain tersebut bervariasi dengan kisaran puluhan ribu hingga ratusan ribu rupiah per meternya.

Ada banyak produsen gorden yang memajang barang produksinya di dalam toko sehingga para konsumen dapat melihat langsung jenis-jenis gorden dengan banyak variasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dengan kualitas yang baik. Selain itu, terdapat harga yang lebih ekonomis dan dapat bersaing demi pangsa pasar yang luas. Harga yang ditawarkan di dalam toko juga bersaing serta dapat dijangkau oleh semua orang sesuai dengan jenis kain gorden yang dibutuhkan, standar kualitas kain serta biaya pemasangan gorden itu sendiri.

Permintaan gorden cenderung terus berdatangan seiring dengan pertumbuhan properti di dalam negeri. Hal itu menjadi peluang bisnis

pembuatan dan pemasangan gorden terbilang *apik*. Tak salah jika banyak orang yang menjalani bisnis ini sejak lama. Setiap perusahaan pada dasarnya ingin selalu berkembang dan meningkatkan usahannya. Dengan menciptakan produk yang berkualitas, perusahaan akan mendapatkan predikat yang bagus di mata konsumen. Bahkan tidak menutup kemungkinan produk akan cepat berekspansi ke pasar global. Maka dari itu perusahaan yang sudah mempunyai *brand* harus mempertahankan kualitas produknya agar konsumen tetap loyal terhadap *brand* tersebut.

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Proses pengambilan keputusan pembelian diawali dengan adanya masalah, selanjutnya konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkan. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang dicari, dari berbagai informasi yang diperoleh, kemudian konsumen melakukan seleksi atas informasi yang diterima. Dengan berdasarkan kriteria yang ada dalam diri konsumen, maka akan ditemui salah satu merek produk yang akan konsumen beli. Berikut jumlah toko gorden yang ada di wilayah Tanjunganom.

Tabel 1.1
Daftar Toko Gorden di Wilayah Tanjunganom

No	Nama Toko	Lamanya Berdiri	Jumlah Toko	Alamat
1.	Art'ysa Gorden	2 tahun	1	Jl. Warujayeng – Kediri, RT. 01/RW 01, Warujayeng, Kec Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk
2.	Isabella Gorden	3 tahun	1	Jl. Gatot Subroto No.27, Dipan Barat, Tanjunganom, Kec. Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk
3.	Alfa Gorden	5 tahun	1	JL. A Yani No. 211 , Kec. Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021).

Dari tabel diatas ada perbedaan antara toko Art'ysa Gorden, Isabella Gorden dan Alfa Gorden. Keunggulan Toko Alfa Gorden adalah paling lama berdiri diantara kedua toko gorden yang lain. Dan untuk pemasaran produk gorden ini tidak hanya di toko saja, melainkan juga menggunakan media sosial yang mana sekarang lebih mudah untuk menjual barang. Selanjutnya, peneliti akan membandingkan dari segi frekuensi pengunjung dan data pembelian selama tahun 2020 dan tahun 2021.

Tabel 1.2
Data Rata-Rata Pengunjung dan Data Penjualan Tahun 2020 & 2021

No	Nama Toko	Frekuensi Pengunjung		Penjualan (Meter)	
		Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2020	Tahun 2021
1.	Art'ysa Gorden	>185	>193	702	780
2.	Isabella Gorden	>210	>235	725	802
3.	Alfa Gorden	>225	>280	815	870

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022).

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui bahwa rata-rata pengunjung terbanyak adalah Alfa Gorden yaitu lebih dari 225 dengan penjualan 815 meter kain pada tahun 2020 dan lebih dari 280 pengunjung dengan penjualan 870 meter kain pada tahun 2021. Selanjutnya, ada Isabella Gorden dengan rata-rata pengunjung lebih dari 210 dengan penjualan 725 meter kain pada tahun 2020 dan lebih dari 235 pengunjung dengan penjualan 802 meter kain pada tahun 2021. Art'ysa Gorden dengan rata-rata pengunjung lebih dari 185 dengan penjualan 702 meter kain pada tahun 2020 dan lebih dari 193 pengunjung dengan penjualan 780 meter kain pada tahun 2021.

Berdasarkan data yang di peroleh peneliti pada tabel 1.1 dan 1.2, peneliti menjadikan Alfa Gorden sebagai objek penelitian karena berbagai alasan yaitu merupakan toko gorden yang paling lama berdiri, memiliki frekuensi pengunjung tertinggi dan data penjualan gorden tertinggi pada tahun 2020 dan tahun 2021 dibandingkan dengan toko gorden lain. Kemudian peneliti akan membandingkan lebih lanjut. Di Tanjunganom terdapat beberapa toko gorden yang ada dan menawarkan keunggulan dengan memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen.

Tabel 1.3
Perbandingan Bisnis Produk Gorden di Tanjunganom Tahun 2021

No	Pembeda		Alfa Gorden	Isabella Gorden	Art'ysa Gorden
1	Variasi Gorden (Katalog)	Polos	15	12	10
		Motif	30	27	22
	Jumlah Variasi Gorden		45	39	32
2	Harga		-Rp 500.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain <i>blackout</i>) -Rp 250.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain selain <i>blackout</i>) -Aksesoris lengkap harga Rp 50.000 (pipa gorden, penyangga, cincin gorden, tutup pipa) -Tassel Rp 25.000/pasang -Hook Rp 25.000/pasang	-Rp 700.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain <i>blackout</i>) -Rp 350.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain selain <i>blackout</i>) -Tidak jual aksesoris gorden	-Rp 600.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain <i>blackout</i>) -Rp 300.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain selain <i>blackout</i>) -Aksesoris lengkap harga Rp 60.000 (pipa gorden, penyangga, cincin gorden, tutup pipa) -Tassel Rp 30.000/pasang - Hook Rp 30.000/pasang
3.	Sarana Parkir		Luas, Teduh dan Terdapat Penjaga	Sempit, Panas, Tidak Terdapat Penjaga	Luas, Panas dan Tidak Terdapat Penjaga

4.	Promosi	<ul style="list-style-type: none"> -Potongan harga 20% dengan pembelian lebih dari 3 meter - Potongan harga 25% dengan pembelian lebih dari 6 meter -Harga khusus jika pembelian lebih dari 10 meter -Banner -Brosur -Media Sosial -Kartu nama 	<ul style="list-style-type: none"> -Banner -Media sosial 	<ul style="list-style-type: none"> -Banner - Potongan harga 20% dengan pembelian lebih dari 6 meter -Media Sosial -Kartu nama
5.	Fasilitas dan Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> -Bisa <i>request</i> jenis bahan, warna, maupun model potongan serta aksesorisnya. -Gratis pencucian gorden (<i>laundry</i>) -Gratis pengukuran (penjual datang ke rumah konsumen) -Gratis pemasangan - Pemasangan selalu tepat waktu -Pemesanan melalui WhatsApp 	<ul style="list-style-type: none"> -Tidak bisa <i>request</i> jenis bahan, warna, maupun model potongan serta aksesorisnya. Menjual hanya berdasarkan yang dipajang di toko. 	<ul style="list-style-type: none"> -Bisa <i>request</i> jenis bahan, warna, maupun model potongan serta aksesorisnya. -Gratis pengukuran (penjual datang ke rumah konsumen) -Gratis pemasangan -Pemesanan melalui WhatsApp

6.	Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> - Strategis - Dekat dengan keramaian - Utara POM Bensin Warujayeng (mudah di ingat) - Akses penyebrangan kendaraan mudah 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang Strategis - Dekat dengan keramaian - Akses penyebrangan kendaraan sulit karena toko terletak di persimpangan jalan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang Strategis - Jauh dari keramaian - Akses penyebrangan kendaraan mudah
----	--------	---	---	---

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021).

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui bahwa terdapat perbedaan dari jumlah variasi gorden berdasarkan katalog yang dimiliki, harga, sarana parkir, promosi, serta fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan. Jumlah variasi gorden berdasarkan katalog yang dimiliki yang ditawarkan oleh Alfa Gorden memiliki 45 variasi gorden, sedangkan Isabella Gorden memiliki 39 variasi gorden dan Art'ysa Gorden memiliki 32 variasi gorden.

Harga yang ditawarkan oleh Alfa Gorden lebih ekonomis/murah dibandingkan dengan Isabella Gorden dan Art'ysa Gorden. Alfa Gorden menawarkan harga Rp 500.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain *blackout*) dan Rp 250.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain selain *blackout*). Aksesoris lengkap harga Rp 50.000 (pipa gorden, penyangga, cincin gorden, tutup pipa), tassel Rp 25.000/pasang, dan *hook* Rp 25.000/pasang. Sedangkan Isabella Gorden menawarkan harga Rp 700.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain *blackout*)

dan Rp 350.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain selain *blackout*). Isabella Gorden tidak jual aksesoris gorden apapun. Sedangkan Art'ysa Gorden menawarkan harga Rp 600.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain *blackout*) dan Rp 300.000/meter (untuk semua variasi gorden polos dan motif jenis kain selain *blackout*). Art'ysa Gorden menjual aksesoris lengkap harga Rp 60.000 (pipa gorden, penyangga, cincin gorden, tutup pipa), tassel Rp 30.000/pasang dan *hook* Rp 30.000/pasang.

Sarana parkir yang diberikan Alfa Gorden lebih nyaman dan aman jika dibandingkan Isabella Gorden dan Art'ysa Gorden. Perbedaan ini terletak pada sarana parkir yang luas, teduh dan terdapat penjaga. Sedangkan Isabella Gorden sarana parkirnya sempit, panas, tidak terdapat penjaga dan Art'ysa Gorden sarana parkirnya luas, panas dan tidak terdapat penjaga.

Promosi yang diberikan Alfa Gorden lebih unggul jika dibandingkan Isabella Gorden dan Art'ysa Gorden. Perbedaan ini terletak pada promosi yang diberikan Alfa Gorden dengan memasarkan lewat media sosial selain itu Alfa Gorden memberikan potongan harga 20% dengan pembelian lebih dari 3 meter, potongan harga 25% dengan pembelian lebih dari 6 meter, harga khusus jika pembelian lebih dari 10 meter serta brosur dan kartu nama yang diberikan oleh Alfa Gorden yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk gorden. Sedangkan promosi yang diberikan oleh Isabella Gorden hanya di media sosial dan terdapat banner gorden saja, sedangkan promosi Art'ysa Gorden memberikan potongan harga 20% dengan pembelian lebih dari 6 meter, banner, kartu nama serta mempromosikan lewat media sosial saja.

Fasilitas dan pelayanan yang diberikan Alfa Gorden lebih unggul jika dibandingkan Isabella Gorden dan Art'ysa Gorden. Perbedaan ini terletak pada fasilitas yang diberikan Alfa Gorden Bisa *request* jenis bahan, warna, maupun model potongan serta aksesorisnya, gratis pencucian gorden (*laundry*), gratis pengukuran (penjual datang ke rumah konsumen), gratis pemasangan, serta pemasangan selalu tepat waktu. Selain itu juga pemesanan gorden bisa melalui nomer WhatsApp. Pelayanan ini dilakukan Alfa Gorden untuk memberikan kemudahan konsumen melakukan pembelian. Sedangkan Isabella Gorden tidak bisa *request* jenis bahan, warna, maupun model potongan serta aksesorisnya. Konsumen hanya dapat memilih gorden berdasarkan yang dipajang di toko. Sedangkan Art'ysa Gorden hanya menawarkan konsumen untuk *request* jenis bahan, warna, maupun model potongan serta aksesorisnya, gratis pengukuran (penjual datang ke rumah konsumen), gratis pemasangan, dan pemesanan melalui WhatsApp saja.

Lokasi toko Alfa Gorden lebih strategis, dekat dengan keramaian, Utara POM Bensin Warujayeng (mudah di ingat) dan akses penyebrangan kendaraan mudah. Sedangkan Isabella Gorden lokasinya kurang strategis walaupun dekat dengan keramaian, dan akses kendaraan yang sulit karena toko terletak di persimpangan jalan. Art'ysa Gorden pun lokasinya juga kurang strategis, jauh dari keramaian walaupun akses penyebrangan kendaraan mudah.

Diantara ketiga toko gorden tersebut Alfa Gorden lebih unggul dari pesaing lainnya. Hal ini terbukti dari deskripsi pada tabel 1.3 diatas, dengan

berbagai macam pilihan variasi gorden berdasarkan katalog yang ditawarkan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam pemilihan gorden.

Berikut ini adalah data penjualan pada tahun 2020 dan tahun 2021 yang diperoleh dari Alfa Gorden Tanjunganom:

Tabel 1.4
Penjualan Merek Kain Gorden *Best Seller* di Alfa Gorden
Tanjunganom Tahun 2020 & Tahun 2021

No	Merk Kain Gorden	Penjualan (Meter)		Omset (Rupiah)	
		Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Aviana	125	155	62.500.000	77.500.000
2	Alaska	110	127	55.000.000	63.500.000
3	New Donatello	98	110	49.000.000	55.000.000
4	B7	89	95	44.500.000	47.500.000
5	Monica	76	82	38.000.000	41.000.000
6	Tarantino	70	78	35.000.000	39.000.000
7	Loretta	67	73	33.500.000	36.500.000
8	Bruce	63	69	31.500.000	34.500.000
9	Naomi	58	64	29.000.000	32.000.000
10	Alleria	52	57	26.000.000	28.500.000
	Total	808	910	404.000.000	455.000.000

Sumber : Penjualan Gorden di Alfa Gorden Tanjunganom Tahun 2020 dan Tahun 2021.¹

Berdasarkan tabel 1.4 diketahui bahwa gorden merek Aviana lebih menarik perhatian konsumen dibuktikan dengan penjualan paling tinggi yaitu sebanyak 125 meter pada tahun 2020 dan penjualan meningkat menjadi 155 meter pada tahun 2021.

¹Bapak Muhaimin, Pemilik Alfa Gorden, Nganjuk, 5 Februari 2021.

Tabel 1.5
Omset Penjualan Gorden Merek Aviana di Alfa Gorden Tanjunganom
Tahun 2020 dan Tahun 2021

No.	Bulan	Penjualan (Meter)		Omset (Rupiah)	
		Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Januari	6	7	3.000.000	3.500.000
2	Februari	7	8	3.500.000	4.000.000
3	Maret	6	15	3.000.000	7.500.000
4	April	11	17	5.500.000	8.500.000
5	Mei	25	27	12.500.000	13.500.000
6	Juni	20	22	10.000.000	11.000.000
7	Juli	15	16	7.500.000	8.000.000
8	Agustus	6	9	3.000.000	4.500.000
9	September	7	8	3.500.000	4.000.000
10	Oktober	6	7	3.000.000	3.500.000
11	November	8	9	4.000.000	4.500.000
12	Desember	8	10	4.000.000	5.000.000
	Total	125	155	62.500.000	77.500.000

Sumber : Penjualan Gorden Merek Aviana Tahun 2020 dan Tahun 2021.²

Berdasarkan tabel 1.5 diatas dapat dilihat bahwa permintaan gorden merek Aviana setiap bulannya adalah diatas 5 meter. Terbukti dari data penjualan gorden di Alfa Gorden Tanjunganom tahun 2020 dan tahun 2021 yang memiliki angka penjualan tertinggi adalah merek Aviana.

Menurut Saputri, perilaku konsumen adalah suatu studi tentang unit pembelian bisa perorangan, kelompok, atau organisasi. Unit-unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.³ Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumen terbagi dua bagian, yang pertama adalah perilaku yang tampak. Variabel-variabel yang termasuk di dalamnya adalah jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa, dan bagaimana

²Bapak Muhaimin, Pemilik Alfa Gorden, Nganjuk, 5 Februari 2021.

³ Marheni Eka Saputri, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia", *Jurnal Sositologi*, Vol. 15, No 2, (Agustus 2016), 293.

konsumen melakukan pembelian. Kedua adalah perilaku tidak tampak. Variabel-variabelnya antara lain adalah persepsi, ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan oleh konsumen. Menurut Kotler dalam Syafirah, faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi.⁴

Kaitannya dengan pemilihan gorden, seseorang lebih memilih gorden yang sesuai dengan selera untuk mendapatkan kepuasan tersendiri. Harga gorden yang ditawarkan oleh Alfa Gorden lebih ekonomis sehingga konsumen bisa menyesuaikan dengan *budget* yang dimiliki. Sehingga mulai dari kalangan menengah keatas sampai menengah kebawah mampu untuk membelinya. Pemasar yang peka terhadap pendapatan (*income sensitive goods*) mengamati trend, pendapatan, tabungan pribadi, dan tingkat bunga. Jika indikator-indikator ekonomi menunjukkan datangnya resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, mereposisi, dan menetapkan kembali harga produk mereka dengan cepat sesuai dengan situasi ekonomi konsumen.⁵

Kemudian peneliti tertarik untuk melakukan observasi awal kepada sebagian pemilik gorden merek Aviana yang membeli di Alfa Gorden berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu dengan rincian sebagai berikut:

⁴ Syafirah, et.al., "Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado", *Jurnal EMBA*, Vol.5 No. 2, (Juni 2017), 246.

⁵ *Ibid.*, 112.

Tabel 1.6
Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

No	Faktor	Sub Faktor	Responden
1.	Budaya	Budaya	0
		Sub Budaya	0
		Kelas Sosial	0
2.	Sosial	Kelompok Referensi	6
		Keluarga	4
		Peran Dan Status	0
3.	Pribadi	Usia dan Tahap Siklus Hidup	0
		Pekerjaan	0
		Kondisi Ekonomi	15
		Gaya Hidup	7
4.	Psikologis	Motivasi	1
		Persepsi	3
		Keyakinan dan Sikap	0
		Pembelajaran	0
Total			36

Sumber : Hasil observasi (data diolah)

Dari tabel tersebut setelah peneliti mewawancarai awal sebanyak 36 konsumen yang melakukan pembelian gorden merek Aviana di Alfa Gorden Tanjunganom, bahwa dapat diambil kesimpulan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor kondisi ekonomi.

Oleh karena itu peneliti mengambil faktor kondisi ekonomi menjadi variabel untuk diteliti. Berdasarkan uraian diatas, maka timbul keinginan untuk mengkaji lebih dalam mengenai keterkaitan kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian, sehingga peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gorden Merek Aviana (Studi Pada Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi ekonomi konsumen yang membeli gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana keputusan pembelian gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk?
3. Bagaimana pengaruh kondisi ekonomi terhadap keputusan membeli gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi ekonomi konsumen yang membeli gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian keputusan pembelian gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk
3. Untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi terhadap keputusan membeli parfum gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis atau peneliti

Penelitian ini dapat menjadi salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu berupa teori maupun praktek yang didapat selama

menempuh perkuliahan. Selain itu juga dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru di lapangan mengenai berbagai hal terutama dalam keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan sebagai salah satu pertimbangan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi lembaga pendidikan

Melalui penelitian ini, diharapkan salah satu referensi bagi seluruh mahasiswa maupun kalangan akademisi yang sedang atau ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pengambilan keputusan pembelian.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan, buku-buku, atau tulisan-tulisan yang ada terkait dengan topik/masalah yang akan diteliti.⁶ Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini antara lain:

- 1) Skripsi penelitian Wulan Danis Wara (2019) mahasiswi IAIN Kediri dengan judul “PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKPIA (Studi Pada Konsumen UD. GAGAH di Kediri)”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan variabel

⁶Tim Revisi Buku Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Kediri: IAIN Kediri, 2021), 62.

produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian bakpia pada UD. GAGAH Kediri. Nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,0776 dan nilai signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji nilai $t_{hitung} = 8,819 > t_{tabel} = 1,66023$ dengan nilai signifikansi variabel produk terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel produk dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian bakpia pada konsumen UD. GAGAH Kediri. Nilai uji pada analisis korelasi berganda sebesar 0,824 dengan signifikansi *F change* 0,000 artinya berkorelasi sangat kuat. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} = 102,769 > F_{tabel} = 3,09$ dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan R^2 ditentukan hasil 0,679 artinya besarnya pengaruh variabel produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 67,9%. Sedangkan sisanya 32,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan variabel *y* yang dipakai adalah keputusan pembelian. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian yakni UD. GAGAH Kediri. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah Alfa Gorden Tanjunganom dan variabel *x* yang dipakai adalah kondisi ekonomi.

- 2) Skripsi penelitian Windi Sulistiani (2020) mahasiswi IAIN Kediri dengan judul “Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Parfum *Refill* Luzi Tiruan D&G Sisi (Studi Pada Brisa Parfum

Tanjunganom Nganjuk)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian parfum *refill* Luzi Tiruan D&G Sisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kondisi ekonomi konsumen menunjukkan kelas interval dalam kriteria sangat tinggi yaitu dengan hasil 48,1% (2) Keputusan pembelian pada parfum *refill* menunjukkan kelas interval dalam kriteria sangat baik yaitu dengan hasil 50% (3) Nilai korelasi antara kondisi ekonomi dengan keputusan pembelian parfum *refill* Luzi Tiruan D&G Sisi oleh konsumen Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk sebesar 0,758 mempunyai makna antara kondisi ekonomi dengan keputusan pembelian termasuk dalam kriteria kuat. Analisis regresi menunjukkan hasil $Y = 12,465 + 1,188 X$, yang berarti jika variabel kondisi ekonomi naik satu satuan maka tingkat keputusan pembelian akan naik sebesar 1,188. Nilai *R square* adalah 0,574, *R square* dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 57,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan 42,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif serta variabel *x* dan *y* yang digunakan. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian yakni Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

- 3) Skripsi penelitian Lutfiyatun Nuril Aida (2020) mahasiswi IAIN Kediri dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kondisi Ekonomi Terhadap Keputusan Membeli Jaket *Adidas Preloved* (Studi Kasus Di Toko Pandan Preloved Fashion Kediri)”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan (r) maka, antara gaya hidup (X_1) dan keputusan membeli jaket *adidas preloved* (Y) sebesar 0,540 artinya berhubungan sedang. Antara variabel antara kondisi ekonomi (X_2) dan keputusan membeli jaket *adidas preloved* (Y) sebesar 0,701 artinya berhubungan kuat. Dan antara variabel X_1 dan X_2 sebesar 0,089 artinya berhubungan sangat lemah. Maka antara variabel bebas dan terikat, secara parsial terbukti memiliki hubungan. Dari uji korelasi berganda diperoleh Sig. F *change* sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti gaya hidup dan kondisi ekonomi bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan membeli jaket *adidas preloved*. Dari analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 10,220 + 0,501 X_1 + 0,497 X_2$. Nilai determinasi (R^2) sebesar 0,722 atau 72,2%. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan kondisi ekonomi berpengaruh sebesar 72,2% terhadap keputusan membeli jaket *adidas preloved*. Sedangkan sisanya sebesar 27,8% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini yaitu budaya, sub-budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran dan status, usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti. Persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan y yang digunakan. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian yakni Toko Pandan Preloved Fashion Kediri. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. Selain itu peneliti hanya berfokus pada satu variabel x saja yaitu kondisi ekonomi.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁷Dari penelitian yang dilakukan, dibuat hipotesis sebagai berikut ini:

- a. H_0 : Tidak ada pengaruh kondisi ekonomi pada keputusan pembelian gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk
- b. H_a : Ada pengaruh kondisi ekonomi pada keputusan pembelian gorden merek Aviana di Toko Alfa Gorden Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet.22* (Bandung: Alfabeta, 2015), 64.