

SKRIPSI

**DAMPAK KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TOKO MEBEL GADING
(STUDI DI DESA MONTONG ARE, KECAMATAN KEDIRI,
KABUPATEN LOMBOK BARAT)**



Oleh:
NIA MAYA NIZA
NIM. 180501202

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MATARAM
2022**

**DAMPAK KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TOKO MEBEL
GADING. (STUDI DI DESA MONTONG ARE, KECAMATAN
KEDIRI, KABUPATEN LOMBOK BARAT)**



Oleh:
NIA MAYA NIZA
NIM. 180501202

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MATARAM
2022**

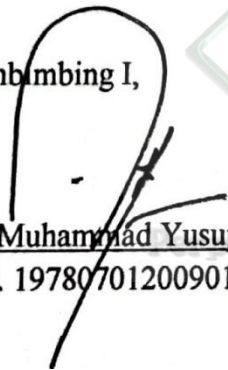
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Nia Maya Niza, NIM: 180501202 dengan judul, Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Toko Mebel Gading. (Studi Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat)”. telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 28 Agustus 2022

Menyetujui:

Pembimbing I,


Dr. Muhammad Yusup, M.Si.
NIP. 197807012009011013

Pembimbing II,


Yulia Variapa, S.E., M.Sc.
NIP. 198006032011012003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 28 Agustus 2022

Hal: Ujian Skripsi

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di Mataram

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Nia Maya Niza

NIM : 180501202

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan
Kepuasan Konsumen Pada Usaha Toko Mebel
Gading. (Studi Di Desa Montong Are, Kecamatan
Kediri, Kabupaten Lombok Barat)".

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

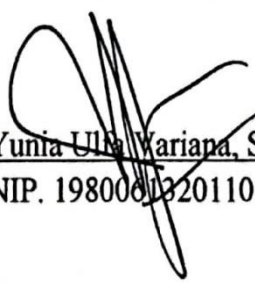
Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing I,


Dr. Muhammad Yusup, M.Si.

NIP. 197807012009011013

Pembimbing II,


Yulia Ulfa Wariana, S.E., M.Sc.

NIP. 198006032011012003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nia Maya Niza
NIM : 180501202
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Toko Mebel Gading. (Studi Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat)”, Ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.

Mataram,
Saya yang menyatakan

Perpustakaan UIN M



Nia Maya Niza.
180501202

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Nia Maya Niza, NIM: 180501202 Dengan judul “(Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Toko Mebel Gading (Studi Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat)”. Telah di pertahankan di depan dewan penguji jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram pada tanggal 17 Oktober 2022

Dewan Penguji

Dr. Muhammad Yusup, M.Si.
(Ketua Siding/Pemb. I)



Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc.
(Sekretaris Siding/Pemb. II)



Baiq Ari Yusrini, M.M.
(Penguji I)



M. Setyo Nugroho, M.Par.
(Penguji II)



Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



MOTO

***“Aku Tidak Peduli Atas Keadaan Susah Atau Senangku, Karna
Aku Tidak Tau Manakah Di Antara Keduanya Itu Yang Lebih
Baik Bagiku”.***

(Umar Bin Khattab)



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

“Kupersembahkan Skripsi Ini Untuk Kedua Orang Tuaku Yang Tercinta, Untuk Suamiku Yang Telah Memberikan Semangat Yang Luar Biasa, Segenap Keluarga Besarku, Dan Untuk Teman-Teman Kelas E. Ekonomi Syariah Angkatan 2018, Serta Kampus Tercinta Universitas Islam Negeri Mataram”.



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

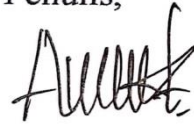
Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Amin. Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian proposal skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Dr. Muhammad Yusup, M.Si. Sebagai pembimbing I dan Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc. sebagai pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail, terus-menerus dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan proposal skripsi ini lebih matang dan cepat selesai;
2. Zulpawati, M.A. sebagai ketua jurusan;
3. Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
4. Prof. Dr. H. Masnun, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan dan peringatan untuk tidak berlama-lama di kampus tanpa pernah selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti selama menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Mataram.
6. Pemilik Toko Mebel Gading Di Desa Montong Are Kecamatan Kediri beserta karyawan dan narasumber lainnya yang telah membantu peneliti sehingga penelitian ini bisa selesai.
7. Segenap keluarga besarku dan teman-teman Ekonomi Syariah kelas E angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan dan bantuan, baik moril maupun materiil, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Untuk pribadi Jihada Ahmad Alvian, SH. yang telah memberikan dukungan yang kuat dan bantuan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat-ganda dari Allah swt. dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Amin.

Mataram, 28 Agustus 2022

Penulis,



NIA MAYA NIZA

NIM. 180501202



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	I
HALAMAN JUDUL.....	II
PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
NOTA DINAS PEMBIMBING	IV
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	V
PENGESAHAN	VI
MOTO.....	VII
PERSEMBAHAN	VIII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI	XI
ABSTRAK.....	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Dan Manfaat	6
D. Ruang Lingkup Penelitian Dan Seting Penelitian	7
E. Telaah Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	11
G. Metode Penelitian.....	24
H. Sistematika Pembahasan	32
BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN.....	34
A. Gambaran Umum Lokosi Penelitian	34
1. Gambaran Umum Lokasi Toko Mebel Gading	34
2. Latar Belakang Pemilik Toko	35
3. Data karyawan di toko mebel gading desa Montong are36	
4. Jenis Barang di toko mebel gading desa Montong are ..	37
5. Data kualitas produk Di Toko Mebel Gading Desa Montong Are	42
BAB III PEMBAHASAN.....	48
A. Bagaimana Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Toko Mebel Gading	48
B. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Mebel.....	58

BAB IV PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
PEDOMAN WAWANCARA	68
LAMPIRAN	69



Perpustakaan UIN Mataram

**DAMPAK KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TOKO MEBEL
GADING. (STUDI DI DESA MONTONG ARE, KECAMATAN
KEDIRI, KABUPATEN LOMBOK BARAT)**

Oleh:
NIA MAYA NIZA
NIM. 180501202

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan faktor apa yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada usaha Toko Mebel Gading Desa Montong Are Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Data di peroleh dari hasil wawancara dengan pemilik toko mebel, konsumen toko mebel dan pegawai toko mebel. Data yang di peroleh kemudian di analisis menggunakan data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk dan kepuasan konsumen menunjukkan keseleraan yang berarti sebagian besar konsumen saat produk yang di beli kualitasnya bagus, maka konsumen tersebut akan dapat menjadi pelanggan tetap dan menerima kepuasan atas barang yang di beli tersebut. Hal ini disebabkan karena kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan berpengaruh yang besar untuk menarik perhatian konsumen dan memikat hati pelanggan.

Kata Kunci: Dampak, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

IMPACT OF PRODUCT QUALITY IN INCREASING CONSUMER SATISFACTION
IN IVORY FURNITURE SHOP BUSINESS. (STUDY IN MONTONG ARE
VILLAGE, KEDIRI DISTRICT, LOMBOK BARAT REGENCY)

ABSTRAK

This study aims to determine how the impact of product quality in increasing consumer satisfaction and what factors affect consumer satisfaction in the Ivory Furniture Shop business in Montong Are Village, Kediri District, West Lombok Regency. The data were obtained from interviews with furniture store owners, furniture store consumers and furniture store employees. The data obtained were then analyzed using qualitative data.

The results of this study indicate that product quality and consumer satisfaction show taste, which means that most consumers when the product purchased is of good quality, then these consumers will be able to become regular customers and receive satisfaction with the purchased goods. This is because product quality is one of the most important and influential factors to attract consumers' attention and captivate customers' hearts.

Keywords: Impact, Product Quality, Consumer Satisfaction.

Perpustakaan UIN Mataram

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Desa Kediri memiliki berbagai macam usaha terutama dalam usaha mebel. Tepatnya di desa montong are, peneliti tertarik dengan latar belakang salah satu pemilik toko mebel. Menjual barang mebel dari perlengkapan rumah,kantor,dan juga tempat usaha mulai dari lemari, meja, tempat tidur, pintu, jendela, kursi, dan lain sebagainya yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Harga barang meubel yang di pesan atau di beli mulai dari ratusan hingga jutaan.

Meubel Desa Montong Are menerima barang pesanan yang bisa di pesan sesuai dengan selera konsumen dari mulai model, ukuran dan warna yang diinginkan oleh konsumen serta harga yang bervariasi. Toko meubel ini juga membuat sendiri barang yang akan di jual untuk kebutuhan konsumen serta melakukan pemesanan untuk melengkapi barang yang pastinya memiliki kualitas yang bagus. Kualitas produk harus benar-benar dilihat dan di perhatikan dengan fungsi/kegunaan yang diinginkan konsumen.

Kepuasan konsumen sangat penting bagi pemilik toko. Bahkan jika tidak ada barang yang diinginkan di toko, pemilik toko memberikan kebebasan bagi pembeli untuk memilih model bahkan warna untuk pembelian model barang yang di butuhkan. Selain kepuasan dan kualitas dan juga desain faktor yang tidak kalah penting adalah citra merek. Banyaknya konsumen yang membeli barang di toko mebel gading lebih mengutamakan merek, konsumen yang sudah merasa puas terhadap merek toko ini akan menceritakan pengalaman pada orang lain terlebih merek toko sudah mendapatkan citra yang positif dibenak konsumen. Konsumen sekarang ini semakin pintar dalam mempertimbangkan kualitas produk yang akan di pilihnya.

Pada saat melakukan pembelian mebel, konsumen akan memilih dengan teliti dan detail dengan penuh pertimbangan terhadap barang yang akan di beli. Larisnya produk toko mebel montong are ini di buktikan dengan beberapa desai produk mebel yang mampu membuat konsumen tertarik untuk membeli dengan sesuai keinginan. Konsumen menginginkan mebel yang awet, tahan lama dan juga mudah dalam

perawatannya. Sehingga tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk sangat bergantung pada kualitas produk itu sendiri.

Seiring perkembangan ekonomi dan teknologi serta persaingan bisnis di pasar global, perusahaan bersaing untuk mampu memberikan produk dan pelayanan yang lebih memuaskan bagi para pelanggan serta menawarkan harga yang kompetitif. Hal ini dilakukan demi mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggannya. Sehingga pelanggan yang telah merasa puas terhadap produk atau jasa yang telah diterimanya, dapat melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang.

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Kebutuhan akan produk-produk dari industri mebel terus meningkat karena sektor industri ini memberikan desain interior serta nilai artistik yang dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktifitas. Mebel Indonesia kini juga berperan penting sebagai sumber devisa bagi negara karena peminat produk tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di luar negeri. Keadaan ini membuat para produsen mebel bersaing untuk menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Industri *furniture* atau mebel adalah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan dan bahan baku alami lainnya menjadi produk barang jadi, *furniture* yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri *furniture* di Indonesia hampir di seluruh provinsi dengan sentra-sentra yang cukup besar terletak di Jepara, Sukoharjo, Surakarta, Klaten dan lain-lain. Namun permasalahan yang di alami produsen dalam negeri adalah permasalahan internal perusahaan-perusahaan dalam industri mebel begitu beragam permasalahan itu antaranya seperti kurangnya permodalan baik dalam memproduksi maupun mendistribusikan komoditas mebel dan olahan kayu sumber daya manusia yang kurang kreatif, teknologi dalam memproduksi serta manajemen usaha yang kurang mendukung perubahan lingkungan bisnis didalam industri mebel atau *furniture*.

Produk mebel merupakan produk yang banyak dibutuhkan masyarakat dan telah menjadi bagian dari kehidupan. Oleh karena itu, prospek pada usaha mebel begitu baik sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dengan munculnya pelaku usaha baru baik skala

kecilapun skala besar. Masing-masing pelaku usaha mebel akan berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya dengan tujuan agar pelanggan tetap tertarik untuk melakukan pembelian. Seiring dengan makin ketatnya persaingan dunia industri mebel, maka sudah menjadi sebuah keharusan bagi setiap pelaku usaha mebel untuk selalu meningkatkan efisiensi dan efektivitas guna meningkatkan daya saing perusahaannya.

Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, biaya yang semakin meningkat, laba yang semakin kecil, akan mendorong perusahaan mencari solusi untuk melakukan efisiensi dan mengumpulkan data yang lebih akurat untuk mengambil keputusan yang tepat. Perusahaan akan mempertimbangkan berbagai aspek untuk mempertahankan diri dalam lingkungan yang kompetitif tersebut. Salah satu yang perlu menjadi perhatian perusahaan untuk selalu meningkatkan efisiensi dan efektivitas adalah dengan melakukan perhitungan terhadap harga pokok produksi. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan dengan tepat maka penentuan harga jual produk dapat dilakukan dengan tepat sehingga perusahaan mengetahui laba yang dapat dihasilkan.

Sebaliknya, apabila dalam menentukan harga pokok produksi dilakukan dengan tidak tepat akan menyebabkan penentuan harga jual yang tidak tepat pula. Hal ini akan mengakibatkan perhitungan harga jual yang terlalu tinggi ataupun terlalu rendah dari harga pokok produksi. Apabila harga jual yang ditetapkan perusahaan terlalu rendah dari harga pokok produksi akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan karena tidak mampu menutup biaya produk yang dihasilkan.

Teknologi mempunyai pengaruh yang penting dalam upaya menciptakan keunggulan dalam persaingan antar perusahaan. Sehingga perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya dengan berfokus pada peningkatan peranan dan kontribusi teknologi. Pengertian teknologi tradisional sesungguhnya adalah teknologi yang sangat sedikit terkena sentuhan teknologi sedangkan teknologi mutakhir sangat mengikuti perkembangan teknologi yang ada, selama ini banyak orang yang memahami teknologi dalam arti sempit yang memandang teknologi hanya dari segi metode dan keteknikan saja. Sedangkan jika harga jual terlalu tinggi akan menyebabkan berkurangnya minat konsumen untuk

membeli produk perusahaan. Toko Mebel Gading merupakan salah satu industri yang berada di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat yang bergerak di bidang usaha mebel.

Pemasar adalah seseorang yang mencari sumber daya dari orang lain dan bersedia menawarkan sesuatu sebagai imbalannya. Dilihat dari tingkat kebutuhan masyarakat saat ini yang semakin meningkat. Peran pemasaran sangatlah penting untuk dapat menarik pelanggan agar dapat membeli barang tersebut. Kualitas adalah faktor yang sangat penting dimana konsumen akan membeli barang dengan kualitas yang bagus. Jika kita bandingkan masyarakat yang masih sederhana dan yang sudah maju akan tampak bahwa ada perbedaan antara keduanya, terutama dalam sifat dan kemajuan perekonomian. Pada masyarakat yang sederhana orang berusaha memproduksi apa yang menjadi kebutuhannya dan keluarganya belum ada produksi untuk tujuan memuaskan kebutuhan konsumen.¹

Dalam proses penjualan sering terdengar istilah pembeli adalah raja. Ini adalah motto bisnis bahwa pelayanan harus diberikan sebaik mungkin bagi pelanggan. Pelayanan ini bisa berupa keramahan dalam melayani pembeli, pemberian informasi yang jelas tentang produk yang diperjualkan. Hal ini juga yang berlaku dalam proses penjualan barang meuble bahwa pelayanan yang terbaik bagi pembeli itulah yang diharapkan. Pelayanan yang terbaik tersebut dibutuhkan bukan hanya pada saat proses penjualan berlangsung namun lebih kepada saat proses jual tersebut selesai.²

Hal ini dapat membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen saat ini dalam memilih barang yang akan mereka beli untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang diambil. Untuk memahami konsumen agar dapat mengembangkan strategi pemasaran dan dapat menarik perhatiannya produsen harus memahami apa yang mereka pikirkan (*kognisi*) dan yang mereka rasakan (pengaruh) apa yang mereka lakukan (perilaku) dan lingkungan/kejadian sekitar. Keputusan

¹ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm.3.

² Husni Syawali, *Hukum Perlindungan Konsume*, (Bandun: PT. Mandar Maju, 2000), hlm.7.

pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli.³

Kualitas suatu barang harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga keinginan konsumen yang sesuai dengan selera mereka sangat berpengaruh. Jadi, kualitas suatu produk harus benar-benar dilihat dan diperhatikan dan harus dengan fungsi/kegunaan yang diinginkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsinya.

Dengan semakin banyaknya produsen yang menjual barang untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menetapkan harga. Harga adalah faktor yang sangat penting dalam menentukan kelangsungan suatu usaha atau perusahaan karena harga juga merupakan alat. utama untuk membedakan produk dari produk pesaing.⁴

Harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau barang ketika dijual. Untuk memutuskan harga, berbagai pertanyaan harus dijawab, mulai dari penentuan harga untuk sebuah produk baru sampai kepada penentuan kembali harga produk lama, sehingga harga hanya dapat dipatok dengan cara yang kompetitif. Sekali telah diambil keputusan mengenai tingkat harga, maka keputusan ini haruslah diintegrasikan dengan keputusan sebelumnya dalam bidang-bidang produk distribusi dan strategi promosi.⁵

Yang menjadi fokus penelitian ini adalah mengkaji lebih dalam mengenai dampak penjualan baik itu naik atau menurunnya omset pendapatan setiap bulannya. Berdasarkan pada latar belakang diatas tersebut dapat kita lihat bahwa penjualan merupakan suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan

³ Nugroho J. Setiadi. *Perilaku konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013). hlm. 2-10.

⁴ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 3.

⁵ Rewoldt, Scott, Warshaw, *Strategi Harga dalam Pemasaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002). hlm.1.

kebendaan yang dijual oleh penjual, dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual.⁶

Dalam berbisnis tidak boleh melakukan hal yang curang atau merugikan salah satu pihak. Jadi, kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi konsumen, sehingga harga produk sangat menentukan kualitas. Dengan penjelasan / uraian latar belakang diatas mengenai Produk Meuble maka penulis tertarik menyusun lebih jauh mengenai.

“DAMPAK KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TOKO MEBEL GADING” (Studi Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas ada beberapa pokok permasalahan yang menjadi arah pembahasan penulis dalam penelitian, yaitu:

1. Bagaimana Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada usaha Toko Mebel Gading Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat?
2. Apa Saja Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Mebel Pada Usaha Toko Mebel Gading Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Bagaimana Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada usaha Toko Mebel

⁶ Gunawan Widjaja Kartika Muljadi, *Seri Hukum Jual Beli*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2003, hlm.7.

Gading Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat?

- b. Untuk Mengetahui Apa Saja Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Mebel Pada Usaha Toko Mebel Gading Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat?

2. Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat penelitian sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas tentang konsep harga dan kualitas produk pada meubel.
- b. Berguna sebagai dasar pertimbangan dalam kaitannya dengan meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja produk meubel. Di Toko Meuble Gading Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.
- c. Bagi pribadi, sebagai refrensi ilmiah, pengetahuan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, keputusan konsumen serta kesejahteraan Pengusaha Meubel tersebut.

D. Ruang Lingkup Penelitian Dan Seting Penelitian

1. Ruang Lingkup penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada peran mebel di toko gading yang menjadi alat bantu masyarakat dalam memfungsikan kegunaan barang mebel dalam meningkatkan usaha dan mebantu kegunaan atau memfungsikan barang mebel bisa berfungsi semaksimal mungkin dalam kebutuhan sehari-hari masyarakat.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Yang dimana meneliti tentang Bagaimana

Dampak Kualitas Produk Toko Mebel Gading Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. Penelitian ini akan dilakukan di Toko Meuble Gading Di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian yang bersifat kritis dimana mengkaji sumber-sumber yang relevan secara literatur (buku-buku, jurnal ilmiah, laporan-laporan penelitian) tentang berbagai hal, seperti penjelasan konsep-konsep, metodologi, hasil penelitian dan lain sebagainya yang berkaitan dengan topik yang akan diteliti saat ini.⁷

Dasar dan acuan berupa teori-teori maupun temuan-temuan dari hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang perlu kiranya dijadikan sebagai data acuan atau untuk dijadikan pendukung untuk penelitian yang akan dilaksanakan ini, dan guna mempertegas kebaruan dari penelitian ini juga perlu kiranya peneliti melakukan telaah terhadap hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian terdahulu yang hampir memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Penelitian yang di lakukan oleh Laili Shoimah, Samari Samari, Sigit Ratnanto. Universitas Nusantara PGRI Kediri (2022).
“Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Mebel Jati Indah Nganjuk”. Penelitian ini dilatrbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis dalam industry mebel sehingga pengusaha dalam industry ini harus mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi promosi terhadap toko mebel jati idah nganjuk.

⁷ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta: LKSI, 2007). hlm.

Sedangkan yang dilakukan peneliti sekarang, membahas tentang dampak kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengutamakan kualitas produk sehingga bisa meningkatkan kepuasan konsumen pada toko mebel gading. Dengan menggunakan metode kualitatif, observasi, wawancara. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran pada usaha toko mebel.

Meskipun demikian, terdapat perbedaan yang dimiliki peneliti ini dengan peneliti yang dilakukan sekarang. Pada peneliti ini terfokus pada dampak kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam produk mebel.⁸

2. Penelitian yang dilakukan oleh Reni Indriani (2021), studi ini dilakukan di kota Bengkulu yang menjelaskan tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Penelitian ini dilakukan di mebel Spring Bad Azkar Kota Bengkulu. Analisis data yang digunakan analisis menggunakan metode analisis menggunakan metode analisis kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan teknik observasi, wawancara, dan kuesioner. Sedangkan yang dilakukan peneliti sekarang, membahas tentang dampak kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengutamakan kualitas produk sehingga bisa meningkatkan kepuasan konsumen pada toko mebel gading. Dengan menggunakan metode kualitatif, observasi, wawancara. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama dengan menggunakan data kualitatif.⁹
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Sukri (2020), studi ini dilakukan di Ponorogo menjelaskan tentang “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Penentuan Segmentasi, Target Dan Posisi Pasar Di Toko Mebel Samsuri Ponorogo” yang menjelaskan tentang strategi pemasaran dalam menentukan segmentasi, target dan posisi pasar toko mebel samsuri di Ponorogo. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar toko mebel samsuri menggunakan segmentasi

⁸ Laili Shoimah, Samari Samari, Sigit Ratnanto, “Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Mebel Jati Indah Nganjuk. Universitas Nusantara PGRI Kediri (2022).

⁹ Reni Indriani, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan”, Spring Bad Azkar Kota Bengkulu (2021).

geografis dan segmentasi demografis. Target pasar toko mebel samsuri adalah pasar sasaran jangka pendek, pasar sasaran primer dan sasaran sekunder. Dan posisi pasar toko mebel samsuri yaitu positioning berdasarkan manfaat produk, dan positioning berdasarkan masalah dengan teori service.

Jadi dapat disimpulkan, perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang sekarang. pada penelitian terdahulu membahas tentang strategi pemasaran dengan penentuan segmenasii pemasaran di gunakan untuk pengalokasian target tempat atau usaha yang signifikan sedangkan strategi pemasaran yang di lakukan peneliti sekarang lebih mengarah kepada kualitas suatu produk yang memberikan kepuasan yang lebih untuk konsumen yang merupakan hal yang paling penting pada usaha toko mebel gading. Persamaan peneliti ini dan peneliti sekarang sama-sama membahas pada usaha toko mebel.¹⁰

4. Safana Fitriyanti Nana, “Analisa Sistem Pemasaran Insustri Mebel Di UD. Sumber Utama” tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang paling sesuai dengan keadaan UD. Sumber utama untuk dapat tumbuh dan berkembang dalam persaingan serta untuk meningkatkan penjualan dan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan metode pemasaran pada mebel UD. Sumber Utama Tangerang. Dengan cara yaitu, penelitian menganjurkan untuk memulai menggunakan metode internet marketing dan digital marteking sebagai strategi marketing UD. Sumber Utama. Pebedaan penelitian ini dengan peneliti yang sekarang. pada penelitian terdahulu membahas tentang analisa pemasaran industry mebel untuk mengetahui strategi pemasaran serta untuk meningkatkan penjualan dan mengetahui kelebihan dan kekurangan pada metode pemasaran dengan menggunakan metode internet dan digital marketing.

Sedangkan yang di lakukan peneliti sekarang, membahas dampak kualitas dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengutamakan kualitas produk sehingga bisa meningkatkan kepuasan konsumen pada toko mebel gading. Dengan menggunakan

¹⁰ Ahmad Sukri, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Penentuan Segmentasi, Target Dan Posisi Pasar Di Toko Mebel Samsuri Ponorogo” 24 November, Tahun 2020, hlm 14.

metode kualitatif, observasi, wawancara. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang usaha toko mebel.¹¹

5. Penelitian yang dilakukan oleh KM Alfarabi. Universitas Jambi (2022), Studi Ini Dilakukan Di KMJ Jl. Pattimura Kota Jambi yang menjelaskan tentang “Pengaruh Mass Customization, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari Mass Customization, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Objek penelitian ini adalah pelanggan sofa KMJ furniture Kota Jambi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan wawancara, observasi dan kuesioner. Hasil kuesioner pernyataan di uji validitas dan realibilitas yang menunjukkan data tersebut valid dan reliable. Sedangkan yang dilakukan peneliti sekarang, membahas dampak kualitas dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengutamakan kualitas produk sehingga bisa meningkatkan kepuasan konsumen pada toko mebel gading. Dengan menggunakan metode kualitatif, observasi, wawancara.¹²

F. Kerangka Teori

1. Kualitas Produk dan Indikator Kualitas Produk

Menurut kotler Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memjaskan kebutuhan yang di tanyakan atau tersirat. Kualitas produk merupakan aspek penting yang sangat berpengaruh pada kinerja aspek-aspek yang lain didalam perusahaan. Semakin rendah tingkat kegagalan produk yang dihasilkan maka produk yang dihasilkan semakin berkualitas.

- a. Beberapa hal yang penting untuk di perhatikan dalam kinerja usaha antara lain:

¹¹ Safana Fitriyanti Nana, *Analisa Sistem Pemasaran Insutri Mebel Di UD. Sumber Utama*. (Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Tanggerang) 22 November, Tahun 2021.

¹² KM Alfarab. “Pengaruh Mass Customization, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”. Studi Ini Dilakukan Di KMJ Jl. Pattimura Kota Jambi. Universitas Jambi (2022).

1) Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu atau tempat tertentu.¹³

2) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Dalam arti lain kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real.¹⁴

3) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah persepsi konsumen untuk mengambil tindakan dalam membeli produk. Keputusan pembelian di bedakan menjadi 4 kategori, pasti membeli, cenderung membeli, cenderung tidak membeli, pasti tidak membeli.¹⁵

4) Kualitas Produk dan Indikator Kualitas Produk

Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsi yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan lainnya. Kualitas produk di bedakan menjadi 4 kategori, sangat baik, baik, buruk, dan sangat buruk.¹⁶

b. Indikator Kualitas Produk

1) Performance (kinerja)

Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dan sebuah produk. Istilah lainnya adalah sebagai tingkat keberhasilan seseorang dalam melaksanakan pekerjaan.

¹³ Sudaryono, *Pengantar Bisnis-Teori dan Contoh Kasus*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFESET, 2015), hlm.229.

¹⁴ Purnomo Edwin Setyo, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, BEST AUTOWORK, Jurnal Manajemen dan Start-Up . No 6, vol 1, februari 2017, hlm. 757-756.

¹⁵ Sarini Kodu, *Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, Jurnal EMBA, No 3, Vol 1, September 2013, hlm. 1253.

¹⁶ *Ibid.*

2) Desain produk

adalah menciptakan produk baru untuk di jual oleh suatu bisnis kepada pelanggannya. Sebuah koefisien yang sangat luas dan generasi yang efektif dan pengembangan ide melalui proses yang mengarah pada produk baru.

3) Daya tahan produk

Di sebut juga durability yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet.¹⁷

Kolter menyatakan, bahwa “kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya”. Jika suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang sangat baik. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dan dapat diterapkan program “*Total Quality Management (TQM)*”. Selain dapat mengurangi kerusakan nilai konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan langsung dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan yang sesuai dengan harapan dari pelanggan/konsumen.¹⁸

Menurut Marchelyno Sundalangi, kualitas di definisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Heizer dan Render mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri yang lainnya. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan

¹⁷Ahmad Ubaidillah Dan Nuraeni, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Toko Emas Ari Jaya*, Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik, hlm. 16 -30.

¹⁸ Fandi Tjibtono, *Total Quality Management (TQM)* ,(Yogyakarta : Andi Offset, 1995). hlm.128.

kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.¹⁹

Kualitas produk dalam praktik bisnis apapun harus diperlukan, maka pebisnis perlu mengenal apa maksud dengan kualitas yang dirasakan oleh konsumen, dalam literatur pemasaran kualitas didefinisikan:

- a. Menurut Zeithaml kualitas adalah sebagai penilai pelanggan terhadap keunggulan menyeluruh dari suatu produk.²⁰
- b. Menurut Adreassen kualitas adalah sampai tingkat apa produk atau jasa bebas dari kekurangan/kegagalan.
- c. Menurut Kano kualitas adalah keseluruhan ciri dan sifat dari produk atau jasa yang berpengaruh kepada kemampuan memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.
- d. Menurut Amin Wijaya kualitas adalah keunggulan suatu produk atau pelayanan dilihat dari fungsinya secara relative dengan produk lain.

Dari pengertian para ahli tersebut, bahwa kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen itu sangat relative, tetapi bagi para pebisnis yang terpenting yaitu. Perlunya mengenal produk yang dibutuhkan dan yang diinginkan konsumen sebelum membuat atau dipasarkan dan diperdagangkan, dan merincikan karakteristik produk sehingga beda dari produk yang lain.²¹

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari para konsumen. Oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap bermutu baik.²²

Dari uraian diatas dapat disimpulkan, bahwa kualitas produk merupakan suatu cara perusahaan atau toko untuk memberikan kepada kosumen, memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut.

¹⁹ Marchelyno Sundalangi, S.L. Mandey, R.J. Jorie, *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan*, Jurnal EMBA 313, No 1, Vol 2, Maret 2014, hlm. 313-324.

²⁰ Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009). hlm. 167-169.

²¹ *Ibid.* hlm. 167-169.

²² Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta, BPFE, 2000), hlm. 139.

Konsumen akan menyukai produk yang dapat menawarkan kualitas terbaik. Jika produk mempunyai kualitas yang bagus dan menetapkan harga yang relatif mahal. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk dan jasa proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. Dalam konteks kualitas produk telah tercapai consensus, bahwa harapan dan keinginan konsumen sangat berpengaruh dan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas suatu barang yang di perdagangkan dalam sebuah usaha menjalankan bisnisnya supaya berkembang dan tidak cepat puas diri dalam berusaha.

Menurut David Garvin dalam Tjiptono, untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui delapan dimensi sebagai berikut:²³

- 1) *Performance*, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- 2) *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- 3) *Reliability*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- 4) *Conformance*, hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- 5) *Durability*, yaitu suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang.
- 6) *Serviceability*, yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang.

²³ David Garvin dalam Tjiptono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hal. 2-3.

- 7) *Asthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.
- 8) *Perceived quality*, konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung.²⁴

Suatu produk dapat dikatakan memiliki kualitas yang baik bila di dalam produk tersebut tercakup dimensi tersebut. Dengan adanya dimensi tersebut dalam suatu produk, maka diharapkan agar produk tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk pesaing. Membangun mutu produk merupakan langkah strategis yang harus ditempuh oleh perusahaan. Hal ini disebabkan bahwa mutu produk merupakan nilai lebih atau *superior value* dimata para pelanggan. Pencapaian nilai mutu diwujudkan dengan membangun suatu proses yang lebih baik dan sistem produksi yang mampu menekan biaya relatif lebih murah. Oleh karena itu mutu produk merupakan alat kompetitif yang efektif dalam mencapai keunggulan bersaing.

2. Harga dan Indikator Harga

a. Dalam arti sempit dan Luas

Harga (*price*) adalah jumlah yang ditagih atas suatu produk atau jasa. Dalam arti luas, bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh penjual untuk mendapatkan keuntungan dari yang memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah suatu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan, karena harga akan sangat mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang dicapai oleh perusahaan.

Harga adalah suatu nilai tukar untuk manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa tertentu bagi seseorang ataupun konsumen. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari barang atau jasa tertentu, maka makin tinggi juga nilai tukar suatu

²⁴ *Ibid*, hlm.176-179.

barang atau jasa tersebut dimata konsumen dan makin besar pula alat penukaran yang bersedia untuk dikorbankan.²⁵

Ari Setyaningrum mendefinisikan, bahwa harga adalah sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas lagi dapat dikatakan, bahwa harga ialah jumlah sebuah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Secara historis harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan seseorang pembeli, namun pada dekade ini faktor-faktor non harga dinilai penting. Meskipun demikian, harga masih merupakan salah satu elemen terpenting yang menentukan pangsa pasar tingkat keuntungan perusahaan.²⁶

Fandi Tjibtono merumuskan definisi harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Pengorbanan tersebut biasanya mencakup uang yang harus dibayarkan kepada pemasar agar bisa mendapatkan atau memiliki produk serta pengorbanan yang lainnya, baik dalam bentuk non-moneter (seperti nilai waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk atau jasa) maupun moneter (seperti biaya transportasi, pajak, biaya pengiriman, dan lain sebagainya). Harga merupakan komponen yang sangat berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.²⁷

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi tersebut dapat mengetahui, bahwa harga yang telah dibayar oleh pembeli itu sudah termaksud juga pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang

²⁵ Marwan Asri, *Marketing*, (Yogyakarta : UPP-YKPN, 1991), hlm. 301.

²⁶ Ari Setyaningrum, Yusuf Udaya, Efendi, *prinsip-prinsip pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI OFF SET, 2015). hlm. 128.

²⁷ Fandi Tjibtono, Anastasia Diana, *Pemasaran*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2016), hlm. 218.

mahal apabila produk tersebut melebihi harapannya (dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk tersebut bernilai tinggi). Sebaliknya apabila seseorang menilai produk yang dibelinya itu rendah, maka konsumen tersebut tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk tersebut dengan harga yang mahal. Sedangkan secara historis harga itu ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan harga tertentu.²⁸

Kondisi di atas, maka akan mengidentifikasi pembeli untuk membeli dari perusahaan yang menurut mereka menawarkan nilai yang pas bagi konsumen atau pelanggan yang hendak ingin membeli suatu barang. Harga suatu barang dan jasa merupakan penentu bagi permintaan pasar. Harga dapat mempengaruhi penempatan persaingan antar perusahaan. Harga suatu barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan karena harga merupakan satu-satunya buruan pemasaran yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan untuk pengembangan produk yang lebih bagus dan unggul dari produk lain yang menawarkan produk yang sama tetapi dengan kualitas yang berbeda.

b. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong menjelaskan ada empat ukuran atau indikator yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Kotler dan Amstrong mengidentifikasi ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu:

- 1). Keterjangkauan harga adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.
- 2). Daya saing harga adalah daya yang paling penting dalam seseorang yang berwirausaha karena harga yang lebih murah sedikit dari perusahaan lain akan menarik perhatian calon konsumen. Jika daya saing harga ini bisa perusahaan

²⁸ Indryo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : BPEE, 2014), hlm. 271.

terapkan dengan baik maka peluang untuk menarik calon konsumen lebih cepat dan mudah

- 3). Kesesuaian harga, dapat diartikan sebagai harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.
- 4). Harga sesuai dengan kemampuan atau daya beli, maksudnya adalah konsumen membeli banyaknya jumlah barang diminta pada suatu pasar tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.²⁹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, bahwa harga adalah unsur yang sangat penting yang menjadi alat dalam proses pertukaran barang atau jasa oleh konsumen dalam melakukan transaksi penjualan suatu barang yang di inginkan oleh pelanggan. Berdasarkan uraian di atas maka harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang di harapkan.

3. Kepuasan Konsumen dan Indikator Kepuasan Konsumen

a. Kepuasan Konsumen

Etta Mamang Sangadji merupakan sejauh mana suatu tingkatan produk dipersiapkan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai keadaan yang dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Kepuasan konsumen diukur dari seberapa besar harapan konsumen tentang produk, harga dan pelayanan yang aktual.³⁰

Kepuasan pelanggan adalah hasil (*income*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau juga melebihi harapan yang diinginkan, dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan purna beli hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dan dengan harapan. Dari definisi tersebut, perusahaan

²⁹ Kotler. Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta Erlangga,2012), hlm. 314.

³⁰ Etta Mamang Sangadji Dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), hlm.180.

harus terus berusaha dalam mengetahui apa yang diharapkan pelanggan atau konsumen dari produk dan jasa yang dihasilkan.³¹

Kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual pada produk yang dirasakan setelah pemakaian. Wilkie mendefinisikan, bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk dan jasa. *Engel et al* mendefinisikan, bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dapat dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpastian timbul apabila hasil (*outcome*) yang tidak memenuhi harapan.³²

Kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen bias memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan konsumen yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas atau sangat senang.³³

Dari definisi-definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan, bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen juga sangat berpengaruh pada kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen akan merasa puas jika produk yang dibelinya sesuai dengan harapannya ataupun melebihi harapan konsumen akan menambah kepuasan konsumen dan sebaliknya jika produk yang dibeli tidak sesuai atau rendah, maka konsumen akan

³¹ Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*, (Yogyakarta: CV.ADIPURA, 2002), hlm.78.

³² Fandy Tjiptono Dan Anastasia Diana, *Total Quality Management (Tqm)*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hlm. 102.

³³ Sunyoto, *Teori Kuesioner Dan Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 35.

merasa kecewa ataupun tidak puas akan barang yang dibelinya tidak sesuai harapan. Sehingga konsumen bisa jadi tidak akan membeli suatu barang atau produk dari perusahaan tersebut lagi.

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh konsumen atau pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang diharapkan oleh konsumen. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Irawan yaitu:³⁴

- 1) Perasaan puas, kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karna membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.
- 2) Selalu membeli produk.
- 3) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, bahwa produk adalah unsur yang sangat penting juga bagi kepuasan konsumen yang menjadi daya tarik atau tolak ukur kepuasan konsumen dalam pemakaian suatu produk dan dalam berkegiatan sehari-hari untuk mengfungsikan suatu produk.

4. Analisis Keterkaitan Antara Kualitas Produk, Harga Dan Kepuasan Konsumen

a. Keterkaitan Antara Kualitas Produk Dan Harga

Para eksekusi pemasaran perlu memahami aspek-aspek psikologi dalam penetapan harga, misalkan, konsumen sangat tergantung pada harga sebagai indikator atau sebagai tolak ukur kualitas sebuah produk terutama pada waktu mereka membuat keputusan untuk membeli sedangkan informasi yang dimiliki tidak lengkap. Beberapa studi telah menunjukkan, bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk berubah-ubah seiring dengan perubahan yang terjadi pada harga. Jadi, semakin tinggi harga suatu produk maka makin tinggi juga kualitas produk yang

³⁴ Irawan, *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Cetakan Pertama, Gramedia, 2008), hlm, 29.

dipresepsi konsumen. Konsumen mempunyai persepsi konsumen. mempunyai persepsi seperti pada waktu mereka tidak memiliki petunjuk lain dari kualitas produk selain harga.³⁵

Menurut teori permintaan yaitu turunnya harga suatu barang mengakibatkan jumlah barang yang diminta juga akan naik dan sebaliknya naiknya suatu barang dapat mengakibatkan jumlah barang yang diminta akan turun.³⁶

b. Keterkaitan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen

Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi. Harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan yaitu sebenarnya merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut. Kepuasan konsumen akan dilihat setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa, maka konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan juga akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut.³⁷

Menurut teori tingkah laku konsumen dalam pendekatan nilai guna kardinal dan nilai guna ordinal, yaitu:

- 1) Makin banyak produk yang dikonsumsi maka makin besar kepuasan yang didapatkan.
- 2) Tambahan kepuasan untuk tambahan satu unit barang yang bisa diharga dengan uang, sehingga semakin besar kepuasan yang didapatkan, maka makin mahal pula harganya. Jika konsumen memperoleh tingkat kepuasan yang besar maka dia akan mau membayar mahal, sebaliknya jika kepuasan yang dirasakan konsumen rendah maka dia hanya akan mau membayar dengan harga yang murah.

³⁵ Wilian J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Surabaya : Erlangga : 1984), hlm.307

³⁶ Eko Supriyanto, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008). hlm. 50.

³⁷ *Ibid.*

3) Konsumen menyukai yang lebih banyak dari pada lebih sedikit, artinya semakin banyak barang yang dikonsumsi maka menunjukkan semakin tingginya tingkat kepuasan yang dimiliki oleh konsumen dalam kepuasan pemakaian suatu produk.

c. Keterkaitan Harga Dengan Keputusan Pembelian

Harga adalah jumlah uang yang harus di bayarkan konsumen untuk memperoleh produk, harga merupakan *unsure bauran* pemasaran yang bersifat *fleksible*, artinya data di ubah dengan cepat. Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali di gunakan sebagai indikator nilai. Dapat di simpulkan bila nilai manfaat yang dirasakan konsumen meningkat pula dan demikian sebaliknya. Harga akan menciptakan pandangan konsumen terhadap suatu produk dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

d. Keterkaitan Produk Dengan Keputusan Pembelian

Produk(*product*) kombinasi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada sasaran atau konsumen. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan untuk di perhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

e. Keterkaitan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas produk, jasa dan layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika produk, jasa dan layanan yang diterima lebih rendah daripada yang di harapkan, maka kualitas produk, jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk. Hal ini yang mendorong keputusan pembelian konsumen.

5. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Harga

Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi harga. Hal tersebut yang menentukan apakah harga barang atau jasa menjadi rendah atau tinggi. Contohnya apabila permintaan akan produk meningkat maka harganya akan meningkat. Sebaliknya, jika permintaan produk menurun maka harga juga ikut menurun. Menurut laksana faktor yang mempengaruhi harga, yaitu:

- a. *Demand of product*, perusahaan perlu memperkirakan permintaan terhadap produk yang akan di jual, hal ini merupakan langkah penting dalam penetapan harga sebuah produk.
- b. *Target share of market*, yaitu market share yang di targetkan oleh perusahaan.
- c. *Competitive reactions*, yaitu reaksi pesaing.
- d. Biaya untuk memproduksi atau membeli produk.
- e. *product line pricing*, yaitu penetapan harga terhadap produk yang saling berhubungan dalam biaya permintaan maupun tingkat persaingan.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yaitu menggunakan pendekatan atau metode kualitatif, yaitu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah jenis penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah. Setelah melakukan analisis dan penelitian terkait dengan definisi penelitian kualitatif kemudian membuat definisi sendiri sebagai sintesis dari pokok-pokok pengertian penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini bermaksud untuk memahami tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, motivasi, tindakan, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni dengan mengkaji makna suatu kejadian serta mencoba untuk berinteraksi atau melakukan sesi tanya jawab dengan orang yang menjadi pemilik toko mebel gading untuk mendapatkan informasi yang dikaji untuk menjadi bahan atau sumber dari penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah “suatu strategi *inquiry* yang memfokuskan penelitian untuk mencari makna, konsep, pengertian, gejala, karakteristik, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena.”³⁸

Metode penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai “metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, yang dimana peneliti sebagai instrumen kunci, triangulasi dalam tehnik

³⁸ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (jakarta: kencana, 2016), hlm. 329.

pengumpulan data, analisis data bersifat induktif, serta hasil penelitian lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi.”³⁹

Jadi penelitian kualitatif adalah penelitian naturalistik untuk mencari kebenaran kondisi yang menekankan kepada makna yang dimana peneliti sebagai kunci dalam mengumpulkan data-data yang ada di lapangan sebagai hasil dari penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kualitatif, yang dimana studi merupakan “penelitian yang menelaah suatu secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif”.⁴⁰

Dalam penelitian akan memberikan deskripsi tentang individu tersebut biasanya adalah orang, bisa juga sebuah tempat seperti Toko Mebel Gading tempat peneliti memilih pendekatan ini untuk memperoleh jawaban terkait tentang. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Toko Meuble Gading. Alasan lainnya peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena berdasarkan sumber data dan objek yang diteliti lebih memudahkan peneliti untuk menyelesaikan penulisan yang berkaitan dengan judul diatas.

Dalam pemecahan dan penganalisaan masalah juga digunakan metode kualitatif. Metode kualitatif. ini adalah metode penelitian yang bersifat individualis dalam melakukan penelitian. Dalam metode kualitatif dimaksudkan ini adalah mencari pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan hasil survai lapangan dalam mencari data dan informasi didalam pembahasan.

2. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif ini peneliti turun ke lapangan secara langsung dengan memberikan kuesioner kepada pedagang (pemilik toko) dan masyarakat (konsumen) serta mewawancarainya. melakukan observasi secara terbuka dan dokumentasi terhadap penjualan dan pembelian di Toko Mebel Gading Di Desa Montong Are.

³⁹ Afifuddin dan Beni Ahmad Saibani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2012), hlm. 57-58.

⁴⁰ Elvinaro ardianto, *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, (bandung: simbiosis rakatama media, 2014), hlm. 64.

3. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif kehadiran peneliti di lapangan sangat diperlukan karena peneliti berperan sebagai instrumen kunci dalam penelitian. Selain itu kehadiran peneliti di lapangan bertujuan untuk memperoleh data-data tentang hal-hal yang ingin dicapai oleh peneliti itu sendiri.

Dalam mengumpulkan data di lapangan, peneliti akan berinteraksi secara langsung dengan objek yang diteliti melalui tehnik observasi, wawancara, dan menganalisis data-data pendukung yang diperlukan dalam penelitian kualitatif peneliti juga perlu membangun hubungan yang baik dengan pihak yang terkait dengan objek penelitian agar mendapatkan informasi yang dikumpulkan benar-benar apa adanya didalam melakukan penelitian.

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan Di Toko Mebel Gading yang berada di Desa Montong Are, Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat . Adapun pemilihan lokasi penelitian, peneliti mempertimbangkan beberapa alasan:

- a. Lokasi penelitian mudah dijangkau oleh peneliti.
- b. Toko Mebel Gading ini berada ditempat ramai rumah penduduk dan dekat dengan jalan raya.

5. Data Dan Sumber Data

a. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket/kuesioner, wawancara, kamera foto, video kamera, buku catatan dan lain sebagainya.⁴¹

Seperti sumber data yang diperoleh langsung dalam penelitian lapangan dan keterangan yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Dalam hal ini, data diperoleh dari informasi atau pihak yang berkaitan langsung dengan penulis yang diteliti dan merupakan pihak yang memberikan informasi terhadap

⁴¹ *Ibid*, hlm. 173.

pernyataan yang diajukan oleh penulis. Di bawah ini merupakan yang termasuk data primer:

- a. *Person*, adalah data yang dapat memberikan keterangan berupa jawaban secara lisan yang dilakukan melewati wawancara, atau disebut dengan informan.
- b. *Place*, adalah sebuah data yang menggambarkan bagaimana kondisi dan situasi yang berada di lapangan secara langsung dan berhubungan dengan masalah yang ada di dalam penelitian.
- c. *Paper*, adalah sumber data yang menyediakan simbol-simbol berupa abjad, angka, gambar dan lain sebagainya.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁴²

Seperti data kepustakaan ini dikumpulkan dengan teknik studi dokumen, yaitu dengan cara menghimpun dan mengkaji data kepustakaan yang terdiri dari literature-literatur, serta pendapat para sarjana dan para ahli dibidangnya yang terkait dengan pokok permasalahan yang dibahas.

c. Analisis Data Perpustakaan UIN Mataram

Setelah data primer dan sekunder selesai dikumpulkan dengan lengkap, tahap berikutnya adalah analisis data. Pada tahap ini, data yang dikumpulkan akan diolah dan dianalisis sedemikian rupa, sehingga dapat digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis yang bersifat kualitatif, yaitu setelah data terkumpul, diseleksi kemudian disusun secara teratur dan mengadakan analisis dengan menggunakan berbagai ketentuan atau peraturan maupun pendapat para ahli. Dengan menggunakan analisis data, apa yang dinyatakan oleh narasumber secara tertulis atau lisan, baik berupa jawaban atau tanggapan serta pendapat, dianalisis dan ditafsirkan

⁴² *Ibid*, hlm. 186.

(diinterpretasikan). Kemudian data tersebut diolah secara deduktif yaitu menarik kesimpulan dari sesuatu yang bersifat umum ke sesuatu yang bersifat khusus didalam menyelesaikan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tehnik analisis merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, ketgori, dan satuan uraian dasar.⁴³

Data yang terkumpul dapat berupa catatan lapangan selama observasi dan komentar peneliti, foto, dokumen, dan sebagainya. Dalam menganalisis data perlu dilakukan mengatur data, yang kemudian mengurutkannya, mengelompokkannya, pemberian kode, serta mengategorikannya. Dalam penelitian ini tehnik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) Reduksi data

Reduksi data ialah “proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi”.⁴⁴

Yang dimana reduksi data merupakan tahapan peneliti mengumpulkan data-data yang ditemukan di lapangan selama ia berada di tempat penelitian tersebut, mereduksi data adalah proses merangkum semua data yang ditemukan dari hasil catatan yang kompleks, rumit dan belum bermakna supaya bisa memfokuskan pada hal-hal yang penting.

2) Penyajian data

Penyajian data merupakan tahapan kedua harus dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis data dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penyajian data dalam penelitian kualitatif adalah memaparkan data berdasarkan hasil dari reduksi yang dilakukan dan disajikan dalam bentuk tesk yang bersifat naratif. Namun dalam penyajian data tidak hanya menggunakan teks naratif, penyajian data juga bisa dengan menyajikannya dalam bentuk grafik, matrik, nerwork dan chart. Dengan penyajian data seperti penjelasan di atas akan memudahkan peneliti dalam

⁴³ *Ibid. Op, Cit.* hlm. 58.

⁴⁴ *Ibid.* hlm. 29.

memahami alur penelitiannya karena sudah tersusun dan terorganisir secara rapi dan tertur.

3) Penarikan atau verifikasi kesimpulan

Setelah melakukan reduksi, penyajian data maka tahap yang ketiga atau tahapan yang terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penerikan atau verifikasi kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif akan menjadi temuan baru yang didukung berdasarkan hasil reduksi dan penyajian data secara kredibel.

6. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi sebagai tehnik pengumpulan data. Menurut Nawawi dan Martini, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur yang tampak pada gejala-gejala dalam objek penelitian.⁴⁵

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti melakukan pengamatan secara teliti dan pencatatan dengan sistematis.⁴⁶

Jika dilihat dari segi pelaksanaannya, observasi terbagi menjadi dua macam yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan. Untuk jelasnya, maka peneliti akan paparkan pengertian kedua bentuk partisipan tersebut sebagai berikut:

1. Observasi partisipan, yaitu observasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti yang di mana peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan yang sedang atau akan diteliti tersebut.
2. Observasi non partisipan, yaitu observasi yang tidak melibatkan peneliti, dalam kata lain peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan yang sedang diteliti melainkan peneliti menjadi peneliti independen.⁴⁷

Dalam penelitian ini, teknik observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi non partisipan.

Kelebihan teknik observasi antara lain:

⁴⁵Afifuddin dan Beni Ahmad Saibani, *metodologi penelitian kualitatif*, (bandung: cv pustaka setia, 2012), hlm.134.

⁴⁶Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), Cet Ke-3, hlm., 143.

⁴⁷*Ibid. Op. cit*, hlm, 239.

1. Data yang diperoleh aktual/uptodate, artinya data yang diperoleh langsung dari tempat kejadian (lapangan).
2. Keabsahan alat ukur dapat diketahui secara langsung.

Kekurangan teknik observasi antara lain:

1. Untuk memperoleh data yang diharapkan, maka pengamat menunggu dan mengamati sampai tingkah laku terjadi (ada kejadian).
2. Tingkah laku bersifat kriminal dan pribadi sukar diperoleh.

b. Wawancara

Wawancara adalah Proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan paduan wawancara.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai harga, kualitas dan pendekatan neuromarketing terhadap kepuasan konsumen wawancara yang digunakan adalah wawancara manual dan menggunakan Koesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan oleh sistem yang sudah ada.⁴⁸

Dalam metode penelitian, wawancara dibagi menjadi dua yaitu:

1. Wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan peneliti dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang juga telah disiapkan alternatif jawaban.
2. Wawancara tidak terstruktur atau sering disebut dengan wawancara bebas, yaitu wawancara yang dilakukan oleh peneliti dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara hanya garis besar masalah yang akan ditanyakan.⁴⁹

⁴⁸ Syofian siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2017). hlm. 18-19.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, hlm, 229 dan 232.

Tehnik wawancara merupakan pengambilan data yang dilakukan dengan cara menanyakan sesuatu pada seseorang yang menjadi informan dan responden dalam suatu kajian penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tehnik wawancara semi terstruktur yaitu gabungan pertanyaan di luar pedoman wawancara yang di buat terkesan lebih bebas bertanya. Tujuan dilakukannya tehnik wawancara ini adalah untuk menggali informasi dari informan di Toko Mebel Gading, tentang bagaimana penjualan dan menanyakan apa saja tantangan yang dihadapi oleh para penjual dalam memberikan informasi produk mebelnya kepada masyarakat, sehingga pemilik toko bisa mmberikan produk mebel yang berkualitas kepada konsumen agar meningkatkan penghasilan berniaga. Agar pengumpulan data yang dilakukan dengan tehnik wawancara ini tidak terlalu menyimpang jauh maka peneliti menyiapkan pedoman wawancara sebagai acuan dalam pengumpulan datanya.

1. Melalui tehnik wawancara ini data yang akan diambil adalah data yang bersifat verbal seperti pendapat dan persepsi narasumber mengenai produk mebel di toko gading.
2. Pada tehnik wawancara ini yang di jadikan sebagai narasumber adalah konsumen yang menjadi pelanggan.

c. Dokumentasi

Dokumen dalam tiga pengertian dalam arti luas yaitu meliputi semua sumber, baik tertulis maupun lisan.dalam arti sempit, yaitu yang meliputi semua sumber tertulis saja dalam arti spesifik, yaitu hanya meliputi surat-surat resmi dan surat-surat negara, seperti surat perjanjian, undang-undang, konsesi, hibah dan lain lain. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk gambar, tulisan, atau karya monumental dari seseorang.Tehnik dokumentasi yang dilakukan untuk memperoleh data-data atau dokumen yang perlu peneliti kaji dalam suatu penelitian. Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu.⁵⁰

Dalam pengumpulan data dengan tehnik dokumentasi ini peneliti mencari data-data tertulis maupun data tak tertulis seperti data suatu produk barang mebel, administrasi, kegiatan pekerja atau pemilik toko

⁵⁰A. Muri Yusuf, *metode penelitain kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*, (jakarta: kencana, 2016), hlm. 391.

untuk menjelaskan barang mebel kepada pembeli atau konsumen. Dari segi data tak tertulis tersebut peneliti memanfaatkan alat yang ada seperti *handphone* sebagai alat untuk mendokumentasikan kegiatan para karyawan atau pemulik toko pada saat menjelaskan produk mebelnya kepada pelanggan, difoto ataupun direkam. Kemudian setelah data terkumpul data tersebut akan disimpan sebagai bukti bahwa penelitian ini benar-benar dilakukan langsung oleh peneliti.

1. Teknik dokumentasi ini mengarahkan peneliti untuk mengabadikan atau merekam kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan mebel di toko gading. Dengan menggunakan HP atau alat perekam lainnya sebagai alat penunjang dokumentasi.
2. Dokumentasi dilakukan di sekitaran Toko Mebel Gading yang berlokasi di Desa Montong Are.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut. Dalam melakukan penelitian yang baik, perlu di tampilkan sistematika pembahasannya, sehingga susunan bab ke bab dalam suatu bagian khusus memudahkan pembaca mengetahui jelas isi dari penelitian tersebut.

Adapun secara garis besar, ulasan proposal ini di bagi menjadi 3 bagian yaitu sebagai berikut:

- a. BAB 1 Pendahuluan: di dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup dan setting penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.
- b. BAB II Paparan Data dan Temuan: di dalam bab ini berisi tentang gambaran umum dari toko meubel gading di desa montong are kec. Kediri Lombok barat, Menggunakan manajemen kualitas produk atau tidak dalam usaha toko Mebel Gading Montong Are
- c. BAB III Pembahasan: di dalam bab ini membahas lebih detail terkait dengan dampak dari kualitas produk demi kepuasan konsumen dan mencari tau apakah usaha toko mebel ini memiliki keunggulannya. Strategi manajemen kualitas produk

yang di gunakan toko meubel gading di desa montong are Kediri kec. Lombok barat dalam meningkatkan keouasan konsumen dalam mengembangkan usaha.

- d. BAB IV Penutup: di dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang di lakukan.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Toko Mebel Gading

Desa Montong Are merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok Barat, desa Montong Are memiliki beberapa bagian wilayah yaitu, Montong Are tengah, Montong Are Timur, Montong Are Barat, Montong Are Saru, Montong Are Gelegot, Montong Are Samah Ngiring, Montong Are Samah Jaya, Montong Are Baret Erat. Potensi sumber daya manusia desa Montong Are mayoritas warganya bekerja sebagai pedagang warung (UMKM), pertanian, peternakan bahkan ada salah satu warga yang memiliki usaha toko mebel. pertanian berupa tanah sawah, tanah kering, tanah basah, tanah perkebunan. Peternakan mulai dari sapi, ayam bahkan bebek.

Di Desa Montong Are lokasinya mempunyai potensi air dan sumber daya air yang cukup banyak mulai dari sungai, mata air, danau, waduk, embung. Berbagai macam mata pencaharian pokok masyarakat Desa Montong Are peneliti tertarik dengan latar belakang salah satu pemilik toko mebel. Karna tempat toko yang begitu strategis dimana toko mebel gading ini tepatnya di pinggir jalan serta di depan toko mebel ini ada area SPBU yang sangat jelas bisa di lihat oleh orang banyak. Toko Mebel Gading Ini buka dari jam 08:30-05:30 dengan pelayanan konsumen setiap hari senin-sabtu kecuali hari minggu libur. Karna usaha toko mebel ini berada di dua tempat yaitu di rumah pemilik usaha dan menyewa satu ruko yang dimana biaya sewa ruko sebanyak Rp.12.000.000 per tahun.

Dalam penelitian ini peneliti sangat tertarik untuk membahas tentang dunia usaha mebel dikarenakan belum banyak penelitian mengenai usaha mebel ini. Dan usaha mebel atau furniture memang sangat terus diminati oleh kalangan masyarakat yang dimana semua barang dan modelnya sudah semakin modern pembuatannya.

2. Latar Belakang Pemilik Toko

Mebel gading yang di miliki Bapak Ramli sudah berdiri selama 12 tahun, menurut bapak ramli suatu usaha itu harus di mulai dari yang paling dasar (kecil), kalau misalkan ada seseorang yang dari keluarga kaya raya tiba-tiba langsung terjun ke suatu bidang usaha rentang dia akan mundur atau rentang dia akan di tipu oleh anak buahnya atau lain sebagainya. Nah, jika usaha di mulai dari hal kecil maka kita bisa memulai proses nyata dengan setiap kendala yang sudah menunggu kita di depan, sehingga jika ada hal-hal negatif datang bisa di tanggulangi kalau memulai usaha dari kecil.⁵¹

Modal utama dalam memulai usaha mebel ini Bapak Ramli menyatakan bahwa:

“Modal utama yang di kelurkan adalah senilai 0 rupiah alasanya karena waktu itu tidak mengerti sama sekali tentang dunia usaha mebel, sehingga ada seorang teman atau kerabat memberikan kepercayaan dengan menawarkan sebuah lemari untuk di jual di rumahnya dengan untung jualnya bisa saya ambil dengan mengembalikan modal usahanya saja kata teman saya, setelah setuju untuk memulai usaha ini saya di berikan 4 buah lemari oleh seorang teman sehingga memajang lemari itu di toko kecil yang ada di rumah. ketika satu lemari itu terjual maka saya hanya mengambil keuntungan dari hasil jual lemari dan mengembalikan modal usah ke teman”.

Keuntungan yang di peroleh Bapak Ramli di gunakan untuk membeli sedikit barang berupa antena TV keuntungan yang di peroleh dengan modal Rp.7.500 bisa membeli sekitar 10-15 antena TV. Keuntungan yang di dapat sekitar Rp.150.000. Dengan demikian antena TV yang di beli di jadikan usaha pribadinya yang dimulai dari hal kecil, dengan menjual kembali antenna TV. Dari usaha antena TV ini Bapak Ramli mendapat keuntungan. Jadinya keuntungan itu semakin berkembang dengan membelikan barang yang lebih menguntungkan lagi, setelah itu, sisa lemari yang di berikan oleh temannya laku terjual, keuntungan yang di peroleh kembali di gunakan untuk membeli kabel-kabel supaya keuntungan itu tidak habis sehingga jenis barangnya bisa semakin banyak.

⁵¹ Narasumber pemilik toko mebel gading Bapak Ramli. 03 agustus 2022.

Karna sudah rezekinya, semua lemari bisa terjual laris, bertambahnya barang semakin banyak dan jenis barang yang berjalan lancar terjual, Bapak Ramli mengumpulkan beberapa kentungan untuk membeli satu buah lemari pribadi yang di beli dengan uangnya sendiri.

Setelah usahanya bisa berkembang sehingga teman Bapak Ramli mengatakan:

“Bapak Ramli jangan sudah mengambil barang dari saya lagi lebih baik Bapak Ramli langsung saja ke bos, nanti kalau barang yang di kasih sama bos lebih mahal kasih tau bos kalau saya yang menyuruh Bapak Ramli”. Setelah itu bapak ramli langsung ke grosiran besar yang menjual segala bahan dan barang mebel yang di jualkan kembali. Nama grosirnya yaitu selaparang mebel merupakan grosiran terbesar di Lombok di karenakan orang Sumbawa, bima, Lombok utara, mengambil barang di toko grosiran ini. Dengan modal 0 rupiah yang mengandalkan kentungan penjualan sehingga bisa di kembangkan kembali usahanya dengan menghemat hidup.⁵²

3. Data Karyawan Di Toko Mebel Gading Desa Montong Are

Karyawan /pegawai merupakan orang yang bekerja pada suatu lembaga “kantor, perusahaan, dan sebagainya”. Dengan mendapat gaji “upah”, pegawai, pekerja.

Toko Mebel Gading Desa Montong Are memiliki beberapa karyawan/pegawai. jumlah keseluruhan pegawai di toko mebel gading ada 14 karyawan/pegawai sesuai dengan tugas masin-masing. Berikut karyawan/pegawai berdasarkan jenis pekerjaan.

Untuk pembuatan box kasur spring bad jumlah karyawan/pegawainya sebanyak 8 orang. Dari bandung dua orang yang sudah tinggal di Lombok Dan kemudian di bantu oleh karyawan/ pegawai lokal dari Lombok tengah.

Karyawan/Pegawai dari bandung ini merupakan tekhnisinya atau merupakan bagian khusus yang menangani desain termasuk yang mengelurakan ide-ide, tekhnisi dari bandung ini tugasnya untuk mendesain box springbad yang barang atau bahannya bagus dengan harga terjangkau bahkan orang bima, sumbawa mengambil barang di toko mebel gading ini. Gudang pembuatan box kasur springbad berada

⁵² *ibid.*

di sebelah timur Toko Mebel Gading itu sendiri tepatnya di samping area SPBU. Pengerjaan produksi Box kasur sprinbad ini di lakukan mulai dari jam 08:30-05:25. Sistem jam kerja yang di gunakan pemilik Toko Mebel Gading ini yaitu sistem borongan dengan target yang sudah disesuaikan/ditentukan. Gudang pembuatan box kasur spring bad memiliki kepala tukang fungsinya untuk mengontrol bahan. Jika bahannya habis kepala tukang di minta agar tidak membiarkan bahan baku itu kosong. Setiap bahan yang akan habis langsung di konfirmasi ke pemilik toko agar segera di sediakan supaya pegawai yang lain tidak menjadi pengangguran karna bahan baku yang kosong. Ini merupakan Standar perencanaan ketika persediaan bahan baku kurang.

Untuk pembuatan lemari pondok Toko Mebel Gading ini memiliki 3 orang karyawan/pegawai rata-rata berasal dar desai Kediri. Gudang pembuatan lemari pondok ini berada di desa Kediri.

Sedangkan Karyawan/pegawai di Toko Mebel Gading itu sendiri sebanyak 3 orang . Salah satu pegawainya tugasnya sebagai supir untuk mengantarkan pesanan. Jika pesanan barang sudah ada maka setiap barang di antarkan menggunakan mobil pick up karena sifat barang mebel rata-rata berukuran besar. Jadinya 90% barang yang di beli itu di antarkan langsung. Dengan harga yang di berikan sudah termasuk ongkos kirim.

Gaji yang di berikan rata-rata jika pegawai atau karyawannya baru, gaji yang di berikan masih di angka Rp.1.000.000 perbulan. Sedangkan jika pegawai/karyawan itu sudah bekerja lama (selama 6 bulan lebih) dengan kinerja yang baik maka di berikan gaji sebesar Rp.1.950.000 perbulan. Sesuai dengan data karyawan di atas.

4. Jenis Barang Di Toko Mebel Gading Desa Montong Are

Jenis barang yang di jual belikan di toko mebel gading ini mayoritas hampir 90% sama dengan mebel lainnya, Mebel gading desa montong are berkembang sampai sekarang ini, barang mebel toko gading ini terdiri dari perlengkapan rumah tangga, lemari, tempat tidur, meja, dan lain sebagainya sesuai kebutuhan konsumen. Harga barang mebel yang di pesan atau di beli mulai dari ratusan hingga jutaan.

Adapun jenis barang di toko mebel ini yang menjadi produksi utamanya yaitu:

a. Box Kasur Spring Bad (Tempat Tidur)

Menurut data yang saya dapatkan Usaha pembuatan box kasur ini dimulai sejak tahun 2019. Harga box kasur spring bad mulai dari RP.1.200.000 sampai RP.2.000.000. Model dan Warna box kasur spring bad ini di buat sesuai warna dan model yang di pesan oleh konsumen. Mengenai pemesanan box kasur spring bad konsumen yang memesan kebanyakan oleh pihak mebel lain dari berbagai daerah di Lombok. Karna toko mebel yang memasan di toko mebel gading ini juga memiliki konsumen yang juga menginginkan model dan warna box kasur spring bad yang diinginkan. Oleh karena itu toko mebel lain ini memesan di toko Mebel Gading Desa Montong Are. Sedangkan dari bahannya toko mebel gading Desa Montong Are ini membutuhkan bahan seperti:

1). Kayu

Merupakan bahan dasar untuk pembuatan produksi seperti box spring bad dan lemari pondok.

2). Busa

Bahan dasar untuk melapisi kayu yang sudah di bentuk sebagai penutup dan juga sebagai alas untuk melapisi kasur atau spring bad supaya nyaman digunakan dan juga menjadi daya tarik konsumen ketika sedang melakukan pemeriksaan barang ketika ingin melakukan pembelian.

3). Kancingan

Merupakan bahan hiasan motif pada box kasur spring bad. Kancing atau handpress digunakan untuk menyatukan cangkang kancing bungkus dengan lapisan kain pembungkus sehingga motif kancing lebih menarik.

4). Plastik Untuk Pembungkusan Kain

Untuk melindungi kasur sebelum di jual dan menghindari dari kotoran saat di angkut dari toko ke rumah konsumen. Ketika plastik tidak di lepas oleh konsumen menyebabkan kelembapan, sehingga kasur akan mudah basah. Dikarenakan kelembapan ini rentan terhadap jamur, bakteri, dan tungau.

Sedangkan ketika konsumen membuka plastik maka kasur bisa mendapatkan udara dan mencegah terjadinya kelembapan.

5). Paku Tembak

Fungsi dari paku tembak yaitu memasang lantai kayu, menggabungkan atau menempelkan 2 kayu menjadi satu, menempelkan list kayu untuk pembuatan produksi box spring bad dan menempelkan list langit-langit.

6). Triplek

Merupakan bagian dari bahan-bahan pembuatan berbagai jenis barang. manfaat lain dari triplek yaitu sebagai alas dari tempat tidur, dengan begitu tempat tidur akan menjadi lebih kuat untuk menopang kasur dan juga bobot tubuh.

7). Besi Siku

Merupakan alat untuk menopang beban di setiap sudut box spring bad supaya lebih kuat.

8). Kaki Atau Roda Untuk Berdirinya Tempat Tidur Spring bad.

Keunggulan yang di miliki oleh Toko mebel Gading ini dibandingkan mebel lain yaitu keunggulan produk nya. Membuat produksi sendiri produksi yang semua mebel lain mealukan pemesanan dari toko mebel gading ini.⁵³ Produksi unggulan yang di pegang toko mebel gading ini membeli bahan di Surabaya dari mulai kain, alat-alat baik itu sudutnya, paku tembak, plastik-plastik, semua ini di pesan di Surabaya. Sedangkan dari kayu toko mebel gading ini membeli kayu super yang ada di wilayah narmada desa sedau Lombok barat. Setelah itu, kayu di olah kembali agar tidak cepat rusak. Pengerajan box kasur spring bad ini membuthkan waktu tergantung ukuran yang di pesan. Misalnya pembuatan box ukuran yang rumit dengan full kancing pengerjaannya sekitar seminggu.penegrjaan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ramli selaku pemilik Toko Mebel megatakan bahwa:

Dalam pembuatan selam seminggu ini saya sudah bisa membuat box kasur spring bad sebanyak 4 buah box kasur

⁵³ Narasumber Pemilik toko Mebel Gading Bapak Ramli, 03 agustus 2022.

spring bad. Sedangkan ukuran pembuatan box kasur spring bad ini menggunakan (panjang 6 meter, lebarnya 12cm x 15 cm).

Sedangkan jika berbicara mengenai masalah pandemi kemarin. Toko Mebel Gading desa Montong Are ini tidak berani membuat stok barang. Karena jika Toko Mebel Gading Desa Montong Are ini menyediakan stok barang maka berpengaruh ke ekonomi dan modal usaha. Maksudnya, tahun kemarin waktu pandemi jika stok barang di mebel gading ini jenisnya A sedangkan yang di minta konsumen jenisnya B otomatis modal dari toko mebel gading ini tenggelam. Oleh karena itu untuk tahun ini Toko Mebel Gading Montong Are hanya menunggu permintaan pasar atau pesenan dari konsumen daripada menyediakan stok banyak.

Omset penghasilan yang di dapatkan dalam sebulan menurut Bapak Ramli mengatakan bahwa :

“Sebelum pandemi datang di 2 toko yang beliau punya dengan berbagai jenis produk bisa di jual di angka Rp.150.000.000 juta per bulan sebelum pandemi. Sedangkan setelah adanya pandemi turun beberapa persen, saat ini berkisar sampai Rp.75.000.000. juta perbulan”.

Yang terjadi saat ini toko mebel yang berada di Desa Montong Are ini karena dampak pandemi membuat omset penjualan menurun dikarenakan berkurangnya pelanggan yang melakukan pembelian.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ramli selaku pemilik toko menyatakan bahwa:

“Keunggulan yang di miliki oleh mebel ini dibandingkan mebel lain yaitu keunggulan produk nya. Saya pernah membuka produksi yang semua mebel ini tidak punya kecuali saya”.⁵⁴

b. Lemari Pondok

Toko Mebel Gading Desa Montong Are Untuk usaha lemari ini sudah di mulai sejak tahun 2017. Harga lemari

⁵⁴ Narasumber Pemilik toko Mebel Gading Bapak Ramli, 03 agustus 2022.

pondok ini di jual sekitar RP750.000 dan untuk ukuran umum bisa mencapai RP.2.000.000. Pembuatan lemari pondok ini menggunakan bahan utamanya adalah kayu kemudian menggunakan furniture yang membuat warna kayu seperti kayu jati karena toko mebel gading ini tidak menggunakan cat. Kemudian pembuatan lemari ini kayu yang digunakan tersebut di potong sesuai ukuran. Lemari pondok ini di pesan oleh pengurus pondok pesantren Yussuf Abdussatar dan Pondok Pesantren Nurul Hakim.

Pemesanan lemari pondok ini dilakukan oleh pihak pondok pesantren setahun sekali ketika penerimaan murid baru. Toko Mebel Desa Montong Are ini sudah memiliki kontrak setiap tahun dengan pondok pesantren Nurul Hakim dan pondok pesantren Yussuf Abdussatar.

Pemesanan lemari pondok di buat sesuai ukuran yang telah di tetapkan dari pihak pesantren masing-masing. Dari kedua pondok pesantren ini toko mebel gading mengirimkan masing-masing 5 buah lemari ke pondok pesantren untuk di jadikan sampel.

Variasi lemari yang di buat tahun 2022 di pondok pesantren Nurul Hakim sekitar 85 buah lemari. Sedangkan di pondok pesantren Yussuf Abdussatar sekitar 50 buah lemari. Sedangkan di tahun 2021 kemarin pondok pesantren Nurul Hakim memesan sekitar 150 buah lemari. Sedangkan pondok pesantren Yussuf Abdussatar sekitar 100 buah lemari. Pengerjaan pembuatan lemari yang dipesan total jumlah keseluruhan tahun kemaren dan tahun ini sejumlah 250 buah lemari di kerjakan selama 4 bulan.

Sedangkan merek barang yang paling laris terjual di toko mebel gading ini yaitu merek American springbad. Karena America ini merek springbad yang sudah dari dulu ada meskipun banyak sekali muncul merek-merek baru , tapi kebanyakn konsumen yang datang lebih memilih merek America. Bahkan toko mebel gading ini juga ready stok merek yang lain seperti central, comporta, satellite, bigland, dan lain sebagainya. rata-rata harganya di lihat dari tipe standar dari semua

merek hampir sama di angka Rp.1.750.000. Sedangkan merek higclass rata-rata di angka Rp.2.500.000 ke atas.

5. Data Kualitas Produk Toko Mebel Gading Desa Montong Are

Toko Mebel gading ini jika membahas kualitas bahan selalu di saring dengan baik ,misalnya ketika melakukan pembelian kayu ,toko mebel gading ini memiliki team produksi yang mengolah kayu agar tidak cepat rusak.

Yang pertama dilakukan ketika kayu di beli agar bisa tahan lama yaitu:

1. kayu yang di beli direndam pakai oli
2. memeberikan caira-cairan anti jamur
3. perendaman kayu dilakukan selama 1 minggu

Kemudian ,kayu yang sudah di rendam 1 minggu sebanyak 1 kubik diangkat. Jumlah kayu yang di rendam 1 kubik artinya ,1 kubik isi kayunya 10 ikat sedangkan 1 ikat kayu jumlahnya 8 batang kayu.

Pengangkatan kayu pada hari minggu sore supaya bisa di produksi hari senin. Setelah itu untuk pengerjaan berikutnya kayu direndam kembali 1 kubik dan seterusnya. Setelah di angkat ,kayu di keringkan menggunakan alat baru bisa di produksi. Supaya kayu yang di hasilkan anti jamur. 1 kubik kayu biasanya bisa menjadi 15 set barang sedangkan jika bahan kayu itu kurang untuk di produksi pemilik toko mebel gading mengkonfirmasi ke pihak toko mebel yang memesan untuk menunggu 3-4 hari lagi untuk pembuatan produksi lagi. setelah di lakukan pemesanan itu Bapak Ramli mengkonfirmasi pegawainya dulu , jika tidak ada orderan mendesak maka bisa di buatnkan maka sekitar 1 minggu bisa di selesaikan pengerjaannya.

Oleh karna itu toko mebel gading ini melakukan penyediaan stok kayu harus banyak. Bahan baku yang di perlukan ketika melakukan produksi selalu berusaha untuk *ready* stok di siapkan. Stok kayu yang di pesan biasanya sejumlah 5 kubik ke atas.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko Bapak Ramli menyatakan bahwa:

“Toko mebel gading ini melakukan pemesanan kayu di desa sedau narmada Lombok Barat. Kayu yang di pakai yaitu kayu jati

dengan ukuran sesuai permintaan dan penyulaman langsung di lakukan di tempat pembelian kayu”.

Berdasarkan wawancara langsung dengan pemilik toko menurut Bapak Ramli menyatakan bahwa:

“Kualitas produksi toko Mebel Gading ini memang belum sesuai target. Karena setiap konsumen yang memesan punya pilihan yang berbeda-beda. Oleh sebab itu timbulnya standar kualitas yang berubah. Meskipun kualitas produksi toko Mebel Gading belum sesuai target Tapi, Kualitas produknya ini telah memenuhi standar karnna toko mebel gading ini memiliki garansi”.

Standar kualitas produk di katakan baik atau bagus dengan mampu menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, ketetapan, dan kemudahan dalam penggunaan. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas suatu produk ditentukan oleh konsumen.

Oleh sebab itu, jika toko mebel lain memesan di toko mebel gading atau melakukan pengorderan. Maka mebel gading ini memberikan garansi atau jaminan. Garansi atau jaminan yang di berikan ini berupa jika barang yang dipesan kayu nya rapuh atau terkelupas, triplek nya mudah jatuh ketika di naiki maka diberi jaminan atau garansi karena mebel lain juga menjual ke konsumen maka dari itu bisa menggunakan garansi yang diberikan oleh toko mebel gading tersebut. Garansi ini digunakan jika masih masa berlakunya garansi. Jika ada kecacatan atau kerusakan dalam produk bisa menggunakan garansi yang masih berlaku.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko Bapak Ramli menyatakan bahwa:

“Toko mebel gading ini memiliki kategori garansi yang di berikan. Misalnya, jika kerusakan itu di luar kategori garansi, garansi ini biasanya berlaku di produk tempat tidur, garansi bisa sampai 5-10 tahun.

Sedangkan kalau produk lemari jarang sekali memiliki garansi”. Garansi lemari biasanya berlaku jika lemari sudah di lakukan pembelian kemudian supir pengantar barang dari toko mebel gading mengantarkan barang ke rumah konsumen dalam proses pengiriman itu, jika supir toko mebel gading ini salah cara menurunkan barang

sehingga menimbulkan kerusakan dari sini baru bisa di berikan garansi atau di tukar barangnya. Tetapi, kalau barang yang di antarkan dalam kondisi baik-baik saja kemudian kerusakan terjadi setelah pemakaian konsumen maka tidak ada garansi.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko Bapak Ramli menyatakan bahwa:

“Bagian khusus untuk masalah Kualitas produk ini di tangani langsung oleh saya sendiri. Karna ketika saya membeli bahan langsung saya atur supaya kualitas produknya cocok. Saya selalu melakukan *breafing* sebelum melakukan pengerjaan produk. Kualitas bahan baku yang di pakai untuk produksi telah sesuai dengan standar yang di tetapkan”.

Laporan produksi yang dilakukan di toko mebel gading ini tidak menggunakan laporan resmi, yang digunakan adalah pemantauan setiap jam kerja Menurut Bapak Ramli selisih antara anggaran biaya produksi dengan realisasinya masih bisa di toleransi, intinya kalau secara pengambilan pasar dengan biaya produksi di katakana lumayan untuk pemilik produksi.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik toko Bapak Ramli menyatakan bahwa:

“Menurut saya setiap barang yang ada di toko mebel gading ini meskipun kebanyakan mengambil dari grosiran toko mebel besar di mataram dan hanya memproduksi 2 jenis barang saja. Tetap saja para konsumen selalu memperhatikan masalah kualitas barang nya baik itu barang yang di produksi atau tidak tergantung macam-macam merek yang di sukai konsumen”.

Barang yang di produksi sendiri seperti box kasur springbad di pesan oleh toko mebel dari berbagai daerah di Lombok barat antara lain nama toko mebel yang memesan “Zakia Toko Mebel. Surya Toko Mebel. Denpasar Toko Mebel. Majapahit Toko Mebel. Kharisma Toko Mebel. Jelita Toko Mebel. Putra Toko Mebel. Dame Toko Mebel”.

Di toko mebel gading ini Konsumen dari toko mebel di atas bisa memesan sesuai desain yang diinginkan mulai dari bentuk, model dan warna bisa di produksi langsung sesuai pemesanan. Produk Bapak Ramli ini jika di lakukan pemesanan melakukan komunikasi langsung dengan konsumen dengan memberikan jangka waktu maksimal satu

minggu, setelah itu para pembuat produksi langsung di hubungi agar bisa membuatkan sesuai pesananan konsumen.

Produksinya di lakukan di gudang timur yang ada di sebelah pom bensin Dusun Nyiur Gading sebelum toko mebel gading. Barang di produksi langsung oleh Bapak Ramli dan team kerja.

Berdasarkan wawancara dengan selaku pegawai/karyawan toko mebel gading yang bernama Iwan menyatakan bahwa:

“Saya merupakan pemuda yang belum menikah, dengan status sosial yang menengah kebawah sangat perlu dengan pekerjaan ini. Dengan mencukupi kebutuhan sehari-hari yang bahkan tidak bisa saya cukupi menjadi pengangguran maka dengan mendapatkan pekerjaan sebagai karyawan toko mebel ini Alhamdulillah bisa mencukupi kebutuhan sehari-hari”.⁵⁵

Menurut wawancara dengan Bapak Satria selaku sopir pick up yang mengantarkan barang mebel mengatakan bahwa:

“Sistem pengantaran barang tergantung jenis barang yang di beli konsumen. Jika jenis barang berukuran sangat besar dan berat maka kami siap mengantarkan barang sampai tujuan. sedangkan jika jenis barang yang di beli berukuran kecil contohnya karpet yang bisa di bawa di motor dan juga bantal guling maka konsumen tidak perlu di antarkan kerumahnya dengan menggunakan mobil pick up”.⁵⁶

Berdasarkan wawancara dengan narasumber ibu Reni Safitri menyatakan Bahwa:

“Saya sering memesan barang setiap kali melihat postingan toko Mebel Gading di *facebook*. Saya membeli spring bad merek America dan satu buah *bad cover*. Ketika melakukan pembayaran bahkan pemilik toko bisa memberikan kelonggaran untuk pembeli ketika uang untuk membeli barang tidak cukup. Dengan melakukan pelunasan pembayaran dua kali. Saya senang menjadi pelanggan di toko ini karna kualitas produk yang sudah kuat, dan awet bahkan jika ada kerusakan bisa di perbaiki atau digantikan. Apabila kerusakan barang tersebut

⁵⁵ Narasumber Pekerja/karyawan toko mebel. Iwan, 03 agustus 2022.

⁵⁶ Narasumber Pekerja/karyawus toko mebel. Bapak Satria, 03 agustus 2022.

tidak terlalu parah, karna memiliki garansi 5 tahun selagi masih memiliki nota garansi”.⁵⁷

Berdasarkan wawancara dengan ibu Halimah menyatakan Bahwa:“Saya pernah membeli lemari, kursi dan meja. Menurut saya, pegawai yang berada disana sangat ramah dan bisa menjelaskan kegunaan dan fungsi setiap barang. Bahkan ketika barang saya di antarkan ke rumah langsung, sopir dan pegawai menurunkan barang saya dan meletakkan langsung sesuai di tempat yang saya inginkan. Sehingga saya sangat senang dengan pelayanan toko ini”.⁵⁸

Berdasarkan narasumber konsumen H. Ridwan menyatakan bahwa:

“Saya pernah membeli barang di toko mebel gading yaitu berupa sebuah lemari dan spring bad (tempat tidur). Dengan kualitas produk yang saya lihat sangat menarik untuk diminati dengan harga yang bisa di jangkau. Dan barang yang bisa di beli memiliki garansi 5 tahun sehingga jika ada kerusakan bisa di gantikan atau di diperbaiki selama masih memiliki buku nota garansi”.

Berdasarkan narasumber konsumen dengan ibu Mahni menyatakan bahwa :

“Menurut saya, ketika melakukan pembelian di toko ini pelayanan yang di berikan oleh pemilik toko sangat baik. Bahkan saya pernah memesan sebuah sofa yang diamana tidak ada pilihan warna yang saya minati, pemilik toko memberikan saran dan kebebasan kepada saya bahwa bisa memilih bentuk dan warna sesuai keinginan dengan jangka waktu pembuatan selama 1 minggu”.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Hanapi menyatakan bahwa:

“Sejak adanya wabah pandemi ini saya yang meupakan pelanggan dari toko mebel ini, yang dimana rumah saya lumayan jauh dari lokasi Toko Mebel ini sangat tidak puas bila membeli barang yang saya butuhkan di karenakan saya tidak bisa datang langsung untuk melihat atau mengecek sendiri barang yang saya inginkan karna harus menaati

⁵⁷ Narasumber Konsumen Mebel Gading Ibu Reni Safitri, 04 Agustus 2022.

⁵⁸ Narasumber Konsumen Mebel Gading Ibu Halimah, 04 Agustus 2022.

aturan atau protokol kesehatan yang di terapkan. Dan saya merasa tidak terbiasa dengan aturan-aturan ini”.⁵⁹



Perpustakaan UIN Mataram

⁵⁹ Narasumber Konsumen Mebel Gading Bapak Hanapi, 09 Agustus 2022.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Dampak Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Toko Mebel Gading

Pengertian dampak menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negative. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan tibal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang di pengaruhi.⁶⁰

Dampak secara sederhana bisa di artikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang di ambil oleh seseorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif atau negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan di ambil. Dari penjelasan di atas maka kita dapat membagi dampak ke dalam 2 pengertian yaitu:

1. Dampak Positif

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau member kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positive adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama memperhatikan hal-hal yang baik. Positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif daripada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan daripada kesedihan, optimism daripada pesimisme.

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang di pertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negative. Bagi orang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya

⁶⁰ Suharno Dan Retnoningsing, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang: Widya Karya, 2015. hlm, 243.

sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya. Jadi pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau member kesan pada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau keinginannya yang baik.

Toko Mebel Gading ini dianggap sangat efektif khususnya di daerah pedesaan. Selain itu, harga yang murah dan terjangkau. Termasuk halnya dalam pembelian barang mebel yang di butuhkan akan dijelaskan oleh karyawan/pegawai toko mebel gading dengan ramah dan untuk menjelaskan barang dagangannya sehingga konsumen tertarik untuk membeli *furniture* atau barang di toko mebel gading supaya meningkatkan daya jual barang mebel dan oleh sebab itu lebih bisa memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan oprasioal penjualan secara lebih luas hingga ke berbagai daerah bisa mengetahui barang apa saja yang ada Di Toko Mebel Gading.

Toko Mebel Gading ini melakukan penjualan barang dengan metode online melalui facebook dan bisa juga melalui mulut ke mulut antara konsumen. Barang yang dari luar (pabrik) mereka menggunakan kualitas yang tinggi, nyaman, sesuai dengan harga dan rata-rata barang mebel itu menggunakan garansi 5 tahun ke atas bahkan sampai 10 tahun. Jadinya barang item-item atau jenis barang mebel itu rata-rata barang pabrikan. Sehingga tidak mungkin berani menjual barang yang istilahnya abal-abal. Bahan yang di gunakan Mebel Gading ini dilihat dari salah satu merek seperti America biasa Rp.1.700.00 dengan America clas yang seharga. Rp.4.500.000 otomatis ada perbedaan di bahannya.

2. Dampak Negative

Dalam kamus besar bahasa Indonesia dampaj negative adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negative. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau member kesan pada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Berdasarkan beberapa penelitian ilmiah di simpulkan bahwa negative adalah pengaruh buruk yang lebih besar di dibandingkan dengan dampak positifnya.⁶¹

⁶¹ Vius A Partanto dan M.Dahlan Albiari, *Kamus Ilmiah Popular*, Surabaya: arkola, 1994, hlm, 763.

Fenomena yang terjadi saat ini Toko Mebel Gading yang berada di Desa Montong Are ini karena dampak pandemi membuat omset penjualan menurun mencapai 75% dikarenakan berkurangnya pelanggan yang melakukan pembelian. Hal ini akan berpengaruh pada pembengkakan modal sehingga pemilik Toko Mebel Gading Desa Montong Are mengalami penurunan pendapatan. Karena berkurangnya nilai jual maka pemilik Toko Mebel Gading Desa Montong Are mengalihkan penjualan melalui media sosial, sesuai dengan kemoderan zaman sekarang yang serba digital memanfaatkan media sosial hal yang paling penting untuk melancarkan bidang usaha. Dikarenakan sudah berkurangnya pengunjung untuk datang langsung ke Toko Mebel Gading untuk melihat barang yang akan di beli oleh sebab itu.

Sedangkan jika berbicara mengenai masalah pandemi kemarin. Toko Mebel Gading Desa Montong Are ini tidak berani membuat stok barang. Karena jika Toko Mebel Gading Desa Montong Are ini menyediakan stok barang maka berpengaruh ke ekonomi dan modal usaha. Maksudnya, tahun kemarin waktu pandemi jika stok barang di Toko Mebel Gading ini jenisnya A sedangkan yang di minta konsumen jenisnya B otomatis modal dari Toko Mebel Gading ini tenggelam. Oleh karena itu untuk tahun ini Toko Mebel Gading Montong Are hanya menunggu permintaan pasar atau pesenan dari konsumen daripada menyediakan stok banyak.

Omset penghasilan yang di dapatkan dalam sebulan, sebelum pandemi datang di 2 toko yang beliau punya dengan berbagai jenis produk bisa di jual di angka Rp.150.000.000 juta per bulan sebelum pandemi. Sedangkan setelah adanya pandemi turun beberapa persen, saat ini berkisar sampai Rp.75.000.000. juta perbulan”.

Sejak adanya wabah pandemi ini konsumen yang merupakan pelanggan dari Toko Mebel Gading ini, yang dimana rumahnya lumayan jauh dari lokasi Toko Mebel ini sangat tidak puas bila membeli barang yang dibutuhkan di karenakan tidak bisa datang langsung untuk melihat atau mengecek sendiri barang yang diinginkan

karna harus menaati aturan atau protokol kesehatan yang di terapkan. Sehingga konsumen merasa tidak terbiasa dengan aturan-aturan ini.⁶²

Media sosial menjadi alat untuk membangun keterikatan dengan konsumen. Dengan media sosial konsumen bisa berkomunikasi langsung terkait produk atau jasa. sehingga para pendiri usaha bisa memeberikan *feedback* untuk konsumen secara interaktif dan cepat. Semua orang menggunakan media sosial untuk berbagai kepentingan baik untuk bekerja, bercengkrama dengan keluarga dan teman. Pembisnis bisa memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan usahanya yang tidak di pungut biaya.

3. Dampak Sosial Ekonomi

Kegiatan usaha mebel sebagai sub sistem kegiatan ekonomi dan budaya tetap eksis kontribusinya dalam dinamika kehidupan masyarakat baik ekonomi dan sosial budaya disamping sektor pertanian dan jasa. Sebagai karya produk industri mebel juga mencerminkan kandungan nilai-nilai seni budaya masyarakat dalam lingkungan kehidupannya ternyata memberikan peluang percepatan peningkatan kesejahteraan dan pengembangan wilayah dimasa depan yang sangat menjanjikan.

Dinamika sikap wirausaha mulai tumbuh dan terbuka dengan perkembangan diluar lingkungan kehidupannya, sehingga semakin banyak membawa pengaruh positif pada sikap kemandirian sebagai seorang pelaku usaha mebel maupun pelestari kebudayaan karya mebel. tingkat pengetahuan dan pola hidup yang belum berorientasi pada kualitas karya dan produktifitas kerja sehingga ditingkat pembuat masih belum mengenyam keuntungan dibandingkan para pedagangnya. Ketergantungan pada pihak lain baik pengadaan bahan, penjualan produk masih dipegang pemilik modal/pedagang sehingga pekerja kurang leluasa untuk membuat produk baru dan menjualnya pada pembeli lain.

Kegiatan permebelan kayu sebagai bagian dari kebudayaan sangat erat dengan faktor ekonomi, disamping faktor-faktor lainnya seperti teknologi, sumber daya, dan sebagainya. Usaha peningkatan ekonomi pelaku sangat bervariasi terutama ditingkat pekerja hal ini

⁶² Narasumber Konsumen Mebel Gading Bapak Hanapi, 09 Agustus 2022.

karena tingkat ketergantungan pada pedagang maupun pemilik modal sangat besar dan ketidak mampuan memasarkan sendiri mebel-mebel hasil produknnya ke daerah lain yang tentunya dengan reriko yang cukup tinggi.⁶³

4. Dampak Sosial Budaya

Kemajuan di segala bidang yang terjadi di masyarakat sangat mempengaruhi perkembangan permebelan pada umumnya termasuk mebel kayu. Aktifitas masyarakat yang semakin aktif dengan kegiatan kehidupannya menumbuhkan pola pikir yang semakin praktis efisien dalam menjalani pekerjaan maupun kesehariannya dirumah sebagai tempat tinggal. Munculnya bentuk-bentuk mebel kayu yang menarik dengan desain-desain modern memotivasi keselarasan dengan kegiatan seseorang yang lebih mementingkan efisien, efektif serta kepraktisan dalam kehidupannya.

Desain Mebel Kayu dalam Pelestarian Nilai Budaya Kehidupan masyarakat dengan kegiatannya pada umumnya tidak dapat lepas dengan perabot rumah tangga sebagai penunjangnya termasuk didalamnya mebel berupa kursi, meja atau lemari dan lain sebagainya. Keberadaan mebel sebagai bagian hidupnya merupakan salah satu cermin citarasa pemiliknya, sebab dengan mengetahui perabotan yang digunakan akan dapat dipahami sikap dan pola kehidupan dari pengguna atau pemiliknya.

Perabotan yang berbentuk polos tanpa hiasan atau ukiran memberikan gambaran kepraktisan dalam kegunaan dan efisiensi dalam perawatan serta penempatannya. Disisi lain perabotan yang sarat dengan hiasan atau ukiran serta diwujudkan dalam bentuk kemewahan mencerminkan keagungan dan kewibawaan yang menggunakannya yang utama adalah status ekonomi yang mapan dari pemiliknya.⁶⁴

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandala,

⁶³ Kusmadi. *Artikel Jurnal Mebel Kayu Berukir Sebagai Salah Satu Perwujudan Pelestarian Karya Bernuansa Lokal*. Surakarta. 2014. hlm 13-14.

⁶⁴ *Ibid.* hlm, 15.

ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Manajemen (TQM)*”.

Produksi unggulan yang di pegang Toko Mebel Gading Desa Montong Are ini membeli bahan di Surabaya dari mulai kain, alat-alat baik itu sudutnya, paku tembak, plastik-plastik, semua ini di pesan di Surabaya. Sedangkan dari kayu toko mebel gading ini membeli kayu super yang ada di wilayah narmada desa sedau Lombok barat. Setelah itu, kayu di olah kembali agar tidak cepat rusak.

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Zhang dalam Hartini mengungkapkan bahwa terdapat dua variasi pendekatan dalam kualitas produk yaitu pendekatan kualitas yang obyektif dan kualitas secara subyektif. Pendekatan obyektif menekankan pada pandangan terhadap kualitas secara internal, melalui pendekatan produksi dan penawaran.

Sedangkan pendekatan subyektif menekankan pada kualitas secara eksternal yaitu kesesuaian produk yang dihasilkan dengan pandangan eksternal yaitu keinginan atau harapan konsumen. Kotler mengatakan bahwa dimensi dari kualitas produk dibagi menjadi 2 bagian:

- a. Level Kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsi-fungsinya. Dalam hal ini fungsi-fungsi produk tersebut sangat terlihat dan berbeda dibandingkan para pesaing. *Performance Quality* akan diukur melalui:
 - 1) Kenyamanan (*Comfortable*), kemampuan produk memberikan, kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya.
 - 2) Ketahanan (*Durability*), umur produk atau seberapa lama produk tersebut bertahan sampai akhirnya dia harus diganti.
 - 3) Model atau desain (*Design*), produk mempunyai model dan nilai kesesuaian dengan selera konsumen.

- 4) Kualitas bahan (*Material*), produk terbuat dari bahan yang berkualitas dan mendukung fungsi produk.
- b. Consistency (*Conformance Quality*) yaitu konsisten atau stabil dalam memberikan kualitas yang diharapkan konsumen, artinya kualitas tersebut mempunyai standar yang memang tercermin dalam produk. *Conformance quality* dijelaskan dalam:
 - 1) Bebas dari cacat dan kegagalan (*Freedom From Defects*), bebas dari kesalahan-kesalahan dalam proses produksinya.
 - 2) Konsisten (*Concistency*) secara konsisten mempertahankan kinerja produk untuk diberikan kepada pelanggan, sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi.

Kualitas produk Produksi toko mebel gading ini menggunakan manajemen kualitas produk, karena kualitas produk nasional itu menggunakan garansi dengan artian kalau barang itu di beli oleh konsumen di luar garansi ternyata mengalami kerusakan maka siap untuk di gantikan oleh toko mebel gading dengan barang yang baru. Akan tetapi jika sudah melewati masa garansi atau buku garansi tidak bisa di tunjukkan (hilang) toko mebel gading ini tidak bisa membantu.

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk menentukan kualitas produk, menurut Kotler kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam 9 dimensi, yaitu:

- 1) Bentuk (*Form*) produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
- 2) Ciri-ciri produk (*Features*) karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- 3) Kinerja (*Performance*) berkaitan dengan aspek karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

- 4) Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*) Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar telah ditetapkan.
- 5) Ketahanan (*Durability*) Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.
- 6) Keandalan (*Reliability*) Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- 7) Kemudahan perbaikan (*Repairability*) Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.
- 8) Gaya (*Style*) Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk.
- 9) Desain (*Design*) Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen. Pengertian kualitas sangat beraneka ragam.⁶⁵

Seiring perkembangan ekonomi dan teknologi serta persaingan bisnis di pasar global, perusahaan bersaing untuk mampu memberikan produk dan pelayanan yang lebih memuaskan bagi para pelanggan serta menawarkan harga yang kompetitif. Hal ini dilakukan demi mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggannya. Sehingga pelanggan yang telah merasa puas terhadap produk atau jasa yang telah diterimanya, dapat melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang.

Pengertian mebel menurut kamus besar Indonesia, mebel adalah perabot yang di perlukan, berguna, atau disuakai seperti barang atau benda yang dapat di pindah-pindah digunakan untuk melengkapi rumah, kantor dan lain sebagainya. kursi, meja, dan lemari merupakan contoh-contoh sederhana dari mebel. Mebel

⁶⁵ Rosnaini Daga. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan*. Cetakan Pertama, Mei 2017. hlm. 37-40.

berasal dari kata *movable*, yang artinya bergerak. Mebel juga sering di sebut sebagai furniture.

Mebel termasuk karya seni terapan mengingat fungsinya untuk mendukung kegiatan manusia. Sebagai dalam penjelasan berikut: Sebuah karya seni terefleksikan system nilai, tradisi, sumberdaya lingkungan, kebutuhan hidup, dan perilaku atau pola perilaku manusia, dimana kesenian itu hidup.⁶⁶

Pengertian awam tentang mebel pada umumnya terbatas pada makna fungsional dari suatu benda atau produk sebagai penunjang kegiatan manusia seperti kursi hanya untuk duduk, lemari untuk menyimpan pakaian atau tempat aktivitas dalam kehidupannya. Akan tetapi mebel dapat dimaknai sebagai hasil kebudayaan dari suatu bangsa sehingga mempunyai arti filosofi, budaya, teknologi, ekonomi, dan sosial. Koentjocroningrat menegaskan bahwa: daya kreatif para karyawan, ahli, sarjana atau seniman memang hanya bisa di kembangkan, melalui peningkatan mutu karya mereka dalam teknik maupun konsepnya.⁶⁷

5. **Produksi Dan Marketing**

Kegiatan produksi tentu perlu di bedakan dengan kegiatan fungsional manajemen lainnya. Namun jelas manajemen produksi pemilik keterkaitan dengan manajemen fungsional lainnya. Desain dari proses konversi misalnya dalam kegiatan oprasi atau prodksi baru bisa diterapkan, bila perusahaan telah memiliki kebijaksanaan operasi yang mencerminkan strategi perusahaan secara menyeluruh. Dan kebijakan operasi yang di susun tersebut bersama dengan kebijakan keuangan tersebut baru bisa di rumuskan dan di terapkan secara efektif bila mempertimbangkan kondisi pasar dan persaingan. Perusahaan starategi pemasaran, keuangan, maupun operasi dapat di rumuskan hanya jika ter integrasi satu sama lain.⁶⁸

⁶⁶ Tjetjep Rohendi Rohidi, *Kesenian Dalam Pendekatan Kebudayaan*, STSI Bandung press, bandung 2000. hlm. 196.

⁶⁷ Koentjocroningrat, *Kebudayaan, Mentalitas Dan Pembangunan*, Penerbit PT. Gramedia, Jakarta, 1982. hlm, 21.

⁶⁸ Mahfud Nurjamuddin. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa Edisi Ke 3*, PT Bumi Aksara: 2014. hlm.28-32.

Toko mebel gading ini melakukan pemesanan kayu di Desa Sedau Narmada Lombok Barat. Kayu yang di pakai yaitu kayu jati dengan ukuran sesuai permintaan dan penyulaman langsung di lakukan di tempat pembelian kayu. Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Kebutuhan akan produk-produk dari industri mebel terus meningkat karena sektor industri ini memberikan desain interior serta nilai artistik yang dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktifitas. Mebel Indonesia kini juga berperan penting sebagai sumber devisa bagi negara karena peminat produk tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di luar negeri. Keadaan ini membuat para produsen mebel bersaing untuk menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Industri *furniture* atau mebel adalah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan dan bahan baku alami lainnya menjadi produk barang jadi, *furniture* yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri *furniture* di Indonesia hampir di seluruh provinsi dengan sentra-sentra yang cukup besar terletak di Jepara, Sukoharjo, Surakarta, Klaten dan lain-lain. Namun permasalahan yang di alami produsen dalam negeri adalah permasalahan internal perusahaan-perusahaan dalam industri mebel begitu beragam permasalahan itu antaranya seperti kurangnya permodalan baik dalam memproduksi maupun mendistribusikan komoditas mebel dan olahan kayu sumber daya manusia yang kurang kreatif, teknologi dalam memproduksi serta manajemen usaha yang kurang mendukung perubahan lingkungan bisnis didalam industri mebel atau *furniture*.

Keunggulan dari Toko mebel gading ini yaitu menerapkan manajemen kualitas produk yang dimana produk yang di produksi merupakan produksi sendiri ketika barang yang di minta konsumen tidak sesuai dengan selera baik itu warna, dan bentuk. Semakin bagus kualitas produk maka akan semakin membuat setiap konsumen melakukan pembelian ulang.

Adapun ciri-ciri konsep ini berbanding terbalik dengan konsep produksi yaitu;

- 1). Produk terbatas.
- 2). Harga mahal.
- 3). Kualitas Tinggi.

Konsep pemasaran ini berorientasi pada produk dan memaksimalkan kualitas dan kelebihan dari suatu produk sehingga terlihat berbeda dan sangat menarik jika dibandingkan dengan produk barang atau jasa lainnya yang sejenis.

B. Apa Saja Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Mebel

Pada saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa kebutuhan primer sudah menjadi barang kebutuhan yang harus dilengkapi. Perabot atau furniture salah satunya, seperti lemari, kursi tamu, meja kantor dan sebagainya. toko mebel gading, dalam menjalankan aktivitas operasionalnya selama ini tentu dihadapkan dengan permasalahan perusahaan, baik masalah internal, maupun eksternal yang semakin kompleks. Kemampuan manajemen perusahaan dalam memanager semua kegiatan atau fungsi-fungsi yang ada di toko perlu diperhatikan, agar toko dapat menciptakan kinerja, produktifitas yang efektif dan efisien dalam rangka memenuhi keinginan atau kepuasan konsumen, sehingga nantinya perusahaan mampu memaksimalkan keuntungan (*profit*) yang diinginkan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen faktor yang harus di perhatikan yaitu:

1 Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila barang yang di dapatkan sesuai dengan yang diharapkan

2 Pelayanan

Toko mebel gading ini memberikan pelayann terbaik seperti ramah terhadap konsumen yang datang. Sehingga pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai harapan.

3 Harga

Ditoko mebel gading ini harga yang diberikan lebih rendah dari toko mebel lain dengan kualitas barang yang sama dengan service yang bagus.

Berdasarkan pantauan yang ditemukan di lapangan dan data yang didapatkan dari toko mebel gading, penulis melihat dan menemukan promosi yang dilakukan oleh pihak toko, antara lain sebagai berikut:

- 1 Periklanan toko mebel gading memasarkan produk dan jasanya melalui: Pemasangan spanduk di jalan dekat dengan toko mebel gading, dan periklanan di media sosial *facebook*.
- 2 Pekerja atau pegawai toko mebel gading melakukan penjelasan secara rinci jika ada konsumen yang datang berkunjung langsung ketoko mebel gading.

Toko mebel gading tidak hanya melakukan promosi melalui media sosial, tetapi juga memberdayakan konsumen untuk menyampaikan informasi mengenai produk-produk yang ada di toko mebel gading (informasi dari mulut ke mulut).

Pada saat melakukan pembelian mebel, konsumen akan memilih dengan teliti dan detail dengan penuh pertimbangan terhadap barang yang akan di beli. Larisnya produk toko mebel montong are ini di buktikan dengan beberapa desai produk mebel yang mampu membuat konsumen tertarik untuk membeli dengan sesuai keinginan. Konsumen menginginkan mebel yang awet, tahan lama dan juga mudah dalam perawatannya. Sehingga tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk sangat bergantung pada kualitas produk itu sendiri.

Keputusan Pembelian Menurut Kotler. Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen tersebut dapat membuat lima sub-keputusan pembelian: keputusan merek, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu, dan keputusan metode pembayaran.⁶⁹

Berikut ini adalah model sederhana pembuatan keputusan konsumen yang dikemukakan oleh Prasetyo dan Ihalauw:

1. Input Komponen input merupakan pengaruh-pengaruh eksternal sebagai sumber informasi tentang produk tertentu dan mempengaruhi nilai yang berhubungan dengan produk, sikap dan

⁶⁹ Kotler. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Satu, Edisi Kelima. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2005. hlm. 204.

perilaku konsumen. Input yang utama adalah kegiatan kegiatan bauran pemasaran dan pengaruh-pengaruh sosial budaya.

- a). Input Pemasaran Aktivitas-aktivitas pemasaran merupakan usaha langsung untuk menjangkau, menginformasikan dan membujuk konsumen agar membeli dan menggunakan produk tertentu. Usaha-usaha tersebut meliputi bauran pemasaran.
 - b). Pengaruh Sosial Budaya Lingkungan sosial budaya yang dimaksud antara lain, keluarga, sumber informal, sumber non informal, kelas sosial, budaya dan subbudaya.
2. Proses Komponen proses memperhatikan bagaimana konsumen membuat keputusan- keputusan. Untuk dapat mengerti proses, harus dipahami beberapa konsep psikologis terkait.
 3. Output Komponen output menunjuk kepada dua macam kegiatan pasca keputusan pembelian yang saling berhubungan erat, yaitu perilaku beli (pembelian coba dan pembelian ulang) dan evaluasi pasca beli.⁷⁰

Promotion Mix menurut Swasta dan Irawan adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, persona selling dan alat promosi yang lain yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.⁷¹

Promosi yang dikenal dengan *Promotion Mix* oleh Kotler dikelompokkan menjadi lima bagian:

1. Promosi Penjualan Melakukan kegiatan penjualan dengan pemberian hadiah, diskon harga dan kupon bagi setiap pembeli yang melakukan transaksi atau pembelian produk atau jasa.
2. Periklanan Suatu stimulasi permintaan terhadap produk atau jasa dengan menyebarkan berita yang penting mengenai produk. Merupakan bentuk presentasi dan promosi barang atau jasa yang bersifat non pribadi dengan pembayaran yang dilakukan sponsor berdasarkan kontrak perjanjian seperti, iklan di media masa, billboard atau papan reklame.

⁷⁰ Prasetijo, Ristiyanti, John J. O. I. Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: 2005. hlm. 230.

⁷¹ Swasta, Basu, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset, 1999. hlm. 349.

3. Tenaga Penjualan Karyawan yang bertugas untuk menjual produk atau jasa kepada konsumen. Merupakan penyajian dan penyampaian secara lisan dalam bentuk percakapan dengan seseorang atau calon pembeli dengan maksud mengadakan penjualan.
4. Kehumasan (*Public Relations*) Sebagai tanggung jawab sosial dan moral perusahaan kepada masyarakat atau lingkungan sekitar.
5. Pemasaran Langsung Pemasaran yang langsung dilakukan oleh perusahaan tanpa melalui perusahaan.⁷²

Menurut Kotler ada lima tahap yang dilalui oleh konsumen dalam proses keputusan pembelian, antara lain, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Untuk mengetahui pengaruh keputusan konsumen pada suatu perusahaan yang menjual perabot atau barang mebel.⁷³

Setiap barang yang ada di toko mebel gading ini meskipun mengambil dari grosiran toko mebel besar di mataram dan hanya memproduksi 2 jenis barang saja. Tetap saja para konsumen selalu memperhatikan masalah kualitas barang nya baik itu barang yang di produksi atau tidak tergantung macam-macam merek yang di sukai konsumen”.

Barang yang di produksi sendiri seperti box kasur springbad di pesan oleh toko mebel dari berbagai daerah di Lombok barat antara lain nama toko mebel yang memesan “Zakia Toko Mebel. Surya Toko Mebel. Denpasar Toko Mebel. Majapahit Toko Mebel. Kharisma Toko Mebel. Jelita Toko Mebel. Putra Toko Mebel. Dame Toko Mebel”.

Di toko mebel gading ini Konsumen dari toko mebel di atas bisa memesan sesuai desain yang diinginkan mulai dari bentuk, model dan warna bisa di produksi langsung sesuai pemesanan.

Konsumen dari setiap toko mebel yang melakukan pemesanan lebih dari 3 kali dan mereka sudah mejadi pelanggan. Produk Bapak Ramli ini jika di lakukan pemesanan melakukan komunikasi langsung dengan konsumen dengan memberikan jangka waktu maksimal satu

⁷² Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Satu, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2000. hlm. 8.

⁷³ *Ibid.* hlm.204.

minggu, setelah itu para pembuat produksi langsung di hubungi agar bisa membuatkan sesuai pesananan konsumen.

Produksinya di lakukan di gudang timur yang ada di sebelah pom bensin Dusun Nyiur Gading sebelum Toko Mebel Gading. Barang di produksi langsung oleh Bapak Ramli dan team kerja. Kemudian produksi lemari pondok. Variasi lemari yang di buat tahun 2022 di pondok pesantren Nurul Hakim sekitar 85 buah lemari. Sedangkan di pondok pesantren Yussuf Abdussatar sekitar 50 buah lemari. Sedangkan di tahun 2021 kemarin pondok pesantren Nurul Hakim memesan sekitar 150 buah lemari. Sedangkan pondok pesantren Yussuf Abdussatar sekitar 100 buah lemari. Pengerjaan pembuatan lemari yang dipesan total jumlah keseluruhan tahun kemarin dan tahun ini sejumlah 250 buah lemari di kerjakan selama 4 bulan.

Untuk mengetahui konsumen merasa puas atau tidak pemilik toko mebel gading ini denagan memberikan kebebasan kepada pelanggan dan konsumen untuk memberikan saran dan menyampaikan keluhan terhadap barang yang di beli.

Toko Meubel Gading Desa Montong Are menerima barang pesanan yang bisa di pesan sesuai dengan selera konsumen dari mulai model, ukuran dan warna yang diinginkan oleh konsumen serta harga yang bervariasi. Toko Mebel ini juga membuat sendiri barang yang akan di jual untuk kebutuhan konsumen serta melakukan pemesanan untuk melengkapi barang yang pastinya memiliki kualitas yang bagus. Kualitas produk harus benar-benar dilihat dan di perhatikan dengan fungsi/kegunaan yang diinginkan konsumen.

Kepuasan konsumen sangat penting bagi pemilik toko. Bahkan jika tidak ada barang yang diinginkan di toko, pemilik toko memberikan kebebasan bagi pembeli untuk memilih model bahkan warna untuk pembelian model barang yang di butuhkan. Selain kepuasan dan kualitas dan juga desain faktor yang tidak kalah penting adalah citra merek. Banyaknya konsumen yang membeli barang di toko mebel gading lebih mengutamakan merek, konsumen yang sudah merasa puas terhadap merek toko ini akan menceritakan pengalaman pada orang lain terlebih merek toko sudah mendapatkan citra yang positif dibenak konsumen. Konsumen sekarang ini semakin pintar dalam mempertimbangkan kualitas produk yang akan di pilihannya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Kualitas produk dan kepuasan konsumen menunjukkan hubungan keterkaitan yang berarti sebagian besar konsumen saat produk yang di beli kualitasnya bagus, maka konsumen tersebut akan dapat menjadi pelanggan tetap dan menerima kepuasan atas barang yang di beli tersebut. Hal ini disebabkan karena kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan berpengaruh yang besar untuk menarik perhatian konsumen dan memikat hati pelanggan. Jika kualitas produk mebel semakin baik dan melebihi harapan konsumen, maka semakin besar juga kepuasan konsumen terhadap barang mebel. Semakin baik penerimaan konsumen mengenai harga yang di berikan, maka semakin besar kepuasan konsumen atas barang mebel tersebut.
2. Selain kualitas produk, konsumen lebih memilih melakukan pembelian ketika mengetahui harga jual dari suatu barang lebih murah. Dengan adanya suatu harga, maka seseorang dapat menjual suatu barang yang dimiliki dengan harga yang umum dan dapat diterima. Dapat dilihat yang terjadi saat ini toko mebel yang berada di Desa Montong Are ini karena dampak pandemi membuat omset penjualan menurun di karenakan berkurangnya pelanggan yang melakukan pembelian. Hal ini akan berpengaruh pada pembengkakan modal sehingga pemilik Toko Mebel Gading Desa Montong Are mengalami penurunan pendapatan. Dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus di perhatikan yaitu, kualitas Produk, pelayanan dan harga

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan hasil penelitian, maka saran dan pemikiran yang dapat penulis berikan ini di harapkan menjadi manfaat bagi peneliti ataupun yang membacanya maupun bagi pihak-pihak yang lain adalah sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan bagi pengusaha toko mebel gading desa Montong Are, Lombok barat agar dapat semakin meningkatkan kualitas produknya, menambah desai pada produk yang di diproduksi sesuai dengan keinginan konsumen modern. Untuk dapat lebih banyak menarik pelanggan penjul lebih banyak lagi melakukan penjualan menggunakan media sosial yang lebih luas untuk memasarkan produknya bukan hanya melalui media sosial facebook dan bukan hanya di dalam daerah Lombok barat saja tetapi dapat memperluas pemasaran ke berbagai daerah di luar Lombok barat.
2. Bagi karyawan toko mebel gading agar lebih meningkatkan lagi kinerja, sopan santun, keramah tamahan supaya konsumen yang datang bisa merasakan kenyamanan dan kepuasan tersendiri.
3. Bagi para peneliti selanjutnya agar lebih memperhatikan sub-sub yang terlepas dari penelitian ini, agar pengetahuan yang terkait dengan penelitian ini lebih mendalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sukri, *“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Penentuan Segmentasi, Target Dan Posisi Pasar Di Toko Mebel Samsuri Ponorogo”*. Ponorogo. 2020.
- Afifuddin dan Beni Ahmad Saibani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Cv Pustaka Setia, 2012.
- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2016.
- Abraham Maslow. *Teori Hirarki, A Theory Of Human Motivation*. Mangkunegara.1988.
- Aqila Smart. *Tips And Trik Mendapatkan Usaha Dan Mengelolanya*. Jakarta: Mitra Pelajar 2010.
- Dimas Hendika Wibowo, et. All., *“Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Studi pada Batik Diajeng Solo”*. Solo. 2015.
- Elvinaro ardianto, *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitaif Dan Kualitatif*, Bandung: Simbiosis Rakatama Media, 2014.
- Gunawan Widjaja Kartika Muljadi, *Seri Hukum Jual Beli*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada. 2003.
- Husni Syawali, *Hukum Perlindungan Konsume*, Bandun: PT. Mandar Maju. 2000.
- Hasan, *Manajemen Bisnis Syari’ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta, BPFE. 2000.
- Irawan, *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Cetakan Pertama, Gramedia, 2008.
- Jaya Bahwiyanti dan Nor Laili, *“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Titipan Kilat”*. Banjarmasin. 2019.
- Koentjocroningrat, *Kebudayaan, Mentalitas Dan Pembangunan*, Penerbit PT. Gramedia, Jakarta, 1982.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid Satu, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Prenhallindo, 2000.

- Kusmadi. Artikel Jurnal Mebel Kayu Berukir Sebagai Salah Satu Perwujudan Pelestarian Karya Bernuansa Lokal. Surakarta. 2014.
- Kotler Dan Keller. Menejemen Dan Pemasaran, PT Indeks 2008.
- KM Alfarab. "Pengaruh Mass Customization, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen". Studi Ini Dilakukan Di KMJ Jl. Pattimura Kota Jambi. Universitas Jambi. 2022.
- Laili Shoimah, Samari Samari, Sigit Ratnanto, "Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Mebel Jati Indah Nganjuk. Universitas Nusantara PGRI Kediri. 2022.
- M. Mursid, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Meithiana Indrasari. Pemasaran Dan Kepuasan pelanggan. Penerbit Unitomo Press. Surabaya, 2019.
- Muhammad Mahsun. Indikator Kinerja, Makasar, 2006.
- Mahfud Nurjamuddin. Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa Edisi Ke 3, Pt Bumi Aksara: 2014.
- Nugroho J. Setiadi. Perilaku konsumen, Jakarta: Kencana. 2013.
- Narasumber Pemilik Toko Mebel Gading Bapak Ramli. 03 Agustus 2022.
- Narasumber Pekerja/Karyawan Toko Mebel. Iwan, 03 Agustus 2022.
- Narasumber Konsumen Mebel Gading Bapak Hanapi, 09 Agustus 2022.
- Narasumber Pekerja/Karyawan Toko Mebel. Bapak Satria, 03 Agustus 2022.
- Narasumber Pemilik Toko Mebel Gading Bapak Ramli, 03 Agustus 2022.
- Narasumber Konsumen Mebel Gading Ibu Mahni, 04 Agustus 2022.
- Narasumber Konsumen Mebel Gading H. Ridwan 05 Agustus 2022.
- Narasumber Konsumen Mebel Gading Ibu Halimah, 04 Agustus 2022.
- Narasumber Konsumen Mebel Gading Ibu Reni Safitri, 04 Agustus 2022.
- Nugroho J. Setiadi. Prilaku Konsumen, Jakarta: Kencana, 2013.
- Prasetijo, Ristiyanti, John J. O. I. Ihalauw. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: 2005.
- Rewoldt, Scott, Warshaw, Strategi Harga dalam Pemasaran, Jakarta: Rineka Cipta. 2002.
- Reni Indriani, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan", Spring Bad Azkar Kota Bengkulu. 2021.

- Rosnaini Daga. Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan. Cetakan Pertama, Mei 2017.
- Sunyoto, Teori Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Suharno Dan Retnoningsing, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Semarang: 2011.
- Supriadi, Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam, Bogor: Guepedia, 2020.
- Suharno Dan Retno Ningsing, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Semarang: Widya Karya, 2015.
- Safana Fitriyanti Nana, Analisa Sistem Pemasaran Insutri Mebel Di UD. Sumber Utama. Tanggerang. 2021.
- Suyadi Prawirosentono, Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisi, Jakarta: Bumi Aksara. 2002.
- Sugiyono, Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Bandung: ALFABETA, 2018.
- Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif, Yogyakarta: LKSI, 2007.
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, Nursaidah. Manajemen Pemasaran, Cetakan I, Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI). 2021.
- Soegeng Toejio, Mengenal Ragam Hias. Bandung, Angkasa, 1987.
- Swasta, Basu, Irawan. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty Offset, 1999.
- T. Prasetyo Hadi Atmoko, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta". Oktober. 2018.
- Tjetjep Rohendi Rohidi, Kesenian Dalam Pendekatan Kebudayaan, STSI Bandung Press, Bandung. 2000.
- Utami Munandar, Kreatifitas Keterbakatan, Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif Dan Bakat, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 1999.
- Vius A Partanto Dan M.Dahlan Albiari, Kamus Ilmiah Popular, Surabaya: Arkola, 1994.
- Wilian J. Stanton, Prinsip Pemasaran, Surabaya: Erlangga: 1984.
- Zulian yamit, Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa, Yogyakarta: CV.ADIPURA. 2002.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa Saja Jenis Barang Yang Di Buat Di Toko Mebel Gading?
2. Apakah Bahan Baku Tersedia Sehingga Tidak Menghambat Kegiatan Produksi?
3. Apa Saja Bahan Baku Yang Di Perlukan Dalam Pembuatan Lemari Dan Box Kasur Spring Bad Di Toko Mebel Gading?
4. Apakah Jumlah Tenaga Kerja Cukup Untuk Pembuatan Barang Di Toko Mebel Gading?
5. Apakah Pemanfaatan Tenaga Kerja Sesuai Pengalaman Masing-Masing?
6. Apakah Kualitas Produk Telah Sesuai Dengan Yang Di Tetapkan Atau Telah Memenuhi Standar?
7. Apakah Kualitas Produksi Sesuai Dengan Targetnya?
8. Apakah Dengan Adanya Wabah Covid Berpengaruh Dalam Usaha Toko Mebel Gading?
9. Apa Saja Bahan Yang Di Pakai Dalam Pembuatan Barang Di Toko Mebel Gading?
10. Apa Keunggulan Produk Anda Di Bandingkan Produk Orang Lain?
11. Apakah kinerja yang digunakan sesuai dengan desain produk yang di butuhkan untuk membuat produksi?

Perpustakaan UIN Mataram

LAMPIRAN

1. Box Springbad Yang Di Produksi



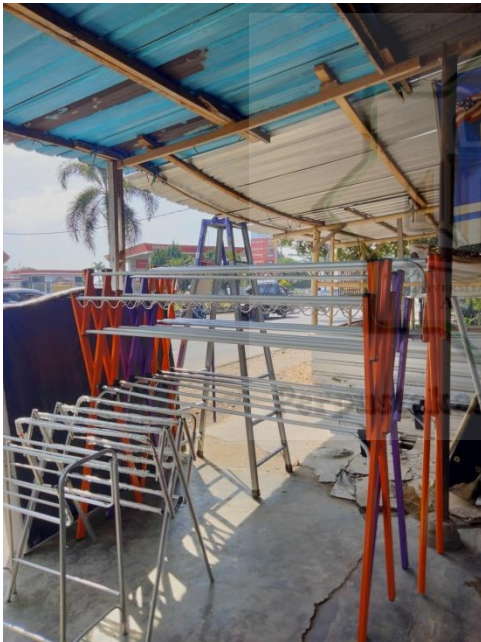
2. Lemari Pondok



Perpustakaan UIN Mataram



3. Dokumentasi Barang-Barang Di Toko Mebel Gading




4. Tempat Lokasi



Perpustakaan UIN Mataram

5. Lampiran Konsultasi

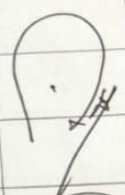
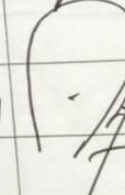
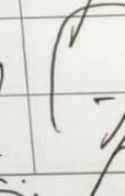
Dengan ini menerangkan bahwa skripsi dengan judul

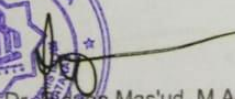



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jempang Mataram
 website : http://febl.uinmataram.ac.id, email : febl@uinmataram.ac.id


KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nia Maya Niza
 NIM : 180501202
 Pembimbing I : Dr. Muhammad Yusup, M.Si.
 Judul Penelitian : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TOKO MEUBEL GADING(Studi Di Desa Montong Are ,Kecamatan Kediri,Lombok Barat)

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
20 / 04 / 2022	- Latar belakang masalah & cek kembali. - Telaah pustaka teori. - Data lapangan harus jelas. - Fokus pada jumlah informan konsumen.	
22 / 04 / 2022	- Cek kembali teknik penulisan skripsi untuk bagian pendahuluan. - Teori & pustaka & kelas. - Telaah pustaka harus ambil referensi dari internet kampus.	
25 / 04 / 2022	- Proposal sudah lengkap & diujikan. - Silahkan lanjut ujian proposal. - Skripsi. - Fokus: Data observasi, teori & telaah pustaka.	

Mengetahui,
 Dekan,

 Dr. Hidayat Mas'ud, M.Ag.
 NIP. 197111102002121001


 Mataram, 25 April 2022
 Pembimbing I
 Dr. Muhammad Yusup, M.Si.
 NIP. 197807012009011013





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jembering Mataram
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nia Maya Niza
NIM : 180501202
Pembimbing II : Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc.
Judul Penelitian : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA TOKO MEUBEL
GADING(Studi Di Desa Montong Are ,Kecamatan
Kediri,Lombok Barat)

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
0/3/22	* Later berakong → diperbaiki dari umum ke khusus * Rumusan masalah penelitian diperbaiki * Judul do diperbaiki ke penelitian kualitatif	
12/3/22	* Menaikin forehead min 5 * Kulu ka sikepitan pada sathic hal * Repter pustaka diperbaiki	
6/4/22	sec proposal	

Mengetahui,
Dekan,



Riduan Mas'ud, M.Ag.
NIP. 197111102002121001

Mataram,
Pembimbing II

Yunia Ulfa Variana, S.E., M.Sc.
NIP. 198006132011012003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
UPT PERPUSTAKAAN

Jl. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298-625337-634490 Fax. (0370) 625337

SURAT KETERANGAN

No. :2326/ Un.12/Perpustakaan/08/2022

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nia Maya Niza
Nim : 180501202
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : FEBI

Telah melakukan pengecekan tingkat similiarity dengan menggunakan software Turnitin plagiarism checker. Hasil pengecekan menunjukkan tingkat similitar 16% Skripsi yang bersangkutan dinyatakan layak untuk diuji.

Demikian surat keterangan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Mataram, 30 Agustus 2022
Kepala UPT Perpustakaan



Nuraeni, S.IPI
NIP. 197706182005012003