

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI KUSEN JENDELA KAYU
PADA MEBEL JAYA KARYA MANDIRI SERASAN
DI KECAMATAN SERASAN
KABUPATEN NATUNA**

SKRIPSI

OLEH:

JULIANA
NIM. 121310536



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI KUSEN JENDELA KAYU
PADA MEBEL JAYA KARYA MANDIRI SERASAN
DI KECAMATAN SERASAN
KABUPATEN NATUNA**

OLEH:

**JULIANA
NIM. 121310536**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2016**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI KUSEN JENDELA KAYU
PADA MEBEL JAYA KARYA MANDIRI SERASAN
DI KECAMATAN SERASAN
KABUPATEN NATUNA**

Penanggung Jawab Yuridis Pada:

JULIANA
NIM. 121310536

Program Studi: Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal: 23 Desember 2016**

Majelis Penguji,

Pembimbing Utama

Penguji Utama

Devi Yasmin, SE, MM
NIDN. 00-300667-01

Dr. Muiszudin, SE, M.Si
NIDN. 11-110760-01

Pembimbing Pembantu

Penguji Pembantu

Neni Triana Maswardi, SE, MM
NIDN. 10-090281-04

Samsuddin, SE, M.Si
NIDN. 11-131177-01

Pontianak, 23 Desember 2016
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
FAKULTAS EKONOMI
DEKAN,

Devi Yasmin, SE, MM
NIDN. 00-300667-01

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna”. Penelitian ini merupakan syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

Selama melakukan penelitian, penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan masukan yang berharga, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Helman Fachri, SE, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Devi Yasmin, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak sekaligus Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing, memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Neni Triana Maswardi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Pembantu yang telah membimbing, memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Muiszudin, SE, M.Si selaku Dosen Penguji Utama skripsi ini yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.

5. Samsuddin, SE, M.Si selaku Dosen Penguji Pembantu yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
6. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak.
7. Bapak Muhammad Latief selaku Pemilik Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan beserta karyawan yang telah bersedia membantu dan memberikan izin untuk meneliti di perusahaan ini.
8. Kedua orangtua dan saudara-saudara yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan.
9. Sahabat-sahabat dan teman-teman khususnya Program Studi Manajemen Angkatan 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang berharga dari semua pihak yang telah membacanya demi perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini. Akhirnya, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi siapa saja yang membacanya dan pihak-pihak yang terlibat dalam penyelesaian penelitian ini diberikan pahala yang setimpal dari Allah subhanahu wa ta'ala. Aamiin.

Pontianak, September 2016

Penulis

ABSTRAK

Kusen jendela merupakan salah satu kebutuhan yang ada dalam setiap rumah. Fungsinya tak hanya untuk memperindah interior dalam rumah, tapi juga untuk sebuah estetika yang mencitrakan kepribadian pemilik rumah. Oleh karena itu, keputusan konsumen untuk membeli kusen jendela kayu pada suatu perusahaan mebel sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan tersebut membuat kebijakan bauran pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna. Oleh karena itu, metode asosiatif digunakan untuk menganalisis hubungan antara kedua variabel tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara. Kuesioner yang telah disusun dalam skala *Likert* kemudian disebarkan kepada 100 responden sebagai sampel penelitian yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen yang datang langsung membeli sendiri kusen jendela kayu. Data dianalisis menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment* yang diolah menggunakan Program SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara bauran pemasaran dengan keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna yang ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0,672. Artinya, jika nilai bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan meningkat, maka keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu juga akan meningkat. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebanyak 45,16% keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna dipengaruhi oleh bauran pemasaran, dan sisanya 54,84% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain di luar penelitian ini. Hasil uji korelasi *Pearson Product Moment* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen membeli kusen jendela kayu pada Jaya Karya Mandiri Serasan Kabupaten Natuna.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian Konsumen, Usaha Mebel Kayu

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Metode Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	25
B. Bauran Pemasaran	26
C. Keputusan Pembelian Konsumen	40
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	46
B. Struktur Organisasi	47
C. Aspek Pemasaran	49
D. Aspek Produksi	52
E. Aspek Sumber Daya Manusia	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	57
B. Uji Instrumen	60
C. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kusen Jendela Kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Nama dan Alamat Mebel yang Memiliki Izin Usaha di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna Tahun 2016	2
Tabel 1.2	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan: Jenis Produk dan Harga Jual Mebel Tahun 2016	4
Tabel 1.3	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan: Perkembangan Volume Penjualan Mebel (dalam Unit dan Set) Tahun 2013-2015	5
Tabel 1.4	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan: Perkembangan Volume Penjualan Mebel (dalam Rupiah) Tahun 2013-2015	6
Tabel 1.5	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan: Daftar Harga Jual dan Jenis Kusen Jendela Kayu Tahun 2016 ..	7
Tabel 1.6	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan: Volume Penjualan Kusen Jendela Kayu (Dalam Unit) Tahun 2013-2015	8
Tabel 1.7	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan: Volume Penjualan Kusen Jendela Kayu (Dalam Rupiah) Tahun 2013-2015	8
Tabel 1.8	Operasionalisasi Variabel Penelitian	17
Tabel 1.9	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ...	23

Tabel 3.1	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan: Jenis dan Jumlah Alat Produksi Mebel Tahun 2016	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Menurut Umur	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Menurut Status Perkawinan	58
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	58
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	59
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Per Bulan	59
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Menurut Jumlah Pembelian	60
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran	61
Tabel 4.9	Uji Validitas Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu	62
Tabel 4.10	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Bauran Pemasaran	63
Tabel 4.11	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Keputusan Konsumen Membeli Kusen Jendela Kayu	63
Tabel 4.12	Nilai Korelasi Variabel Bauran Pemasaran dengan Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	13
Gambar 2.1	Jenis-jenis Perilaku Pembelian	41
Gambar 2.2	Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	43
Gambar 3.1	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna: Struktur Organisasi	48
Gambar 3.2	Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan: Proses Produksi Mebel Tahun 2016	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2	Data Responden	77
Lampiran 3	Tabulasi Jawaban Responden tentang Bauran Pemasaran Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan	81
Lampiran 4	Tabulasi Jawaban Responden tentang Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu	85
Lampiran 5	<i>Output</i> Nilai R Hitung Variabel Bauran Pemasaran	89
Lampiran 6	<i>Output</i> Nilai R Hitung Variabel Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu	100
Lampiran 7	<i>Output</i> Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Bauran Pemasaran ..	110
Lampiran 8	<i>Output</i> Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu	112
Lampiran 9	Nilai-nilai <i>r Product Moment</i>	114

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 aktivitas. 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.

Mebel merupakan salah satu kebutuhan yang ada dalam setiap rumah. Fungsinya tak hanya untuk memperindah interior dalam rumah, tapi juga untuk sebuah estetika yang mencitrakan kepribadian si pemilik rumah, selain fungsi utamanya menjadi alat untuk membantu kebutuhan sehari-hari.

Industri mebel kayu merupakan salah satu industri padat karya yang memiliki nilai tambah yang relatif tinggi dan banyak menyerap tenaga kerja. Industri mebel kayu memproduksi berbagai macam variasi produk dari kayu, seperti pintu, jendela, lemari, kursi, lemari, tempat tidur dan meja.

Semakin ketatnya persaingan bisnis mebel menuntut produsen untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran. Alat yang

sering digunakan dalam kegiatan pemasaran perusahaan adalah bauran pemasaran. Menurut McCarthy dalam Kotler dan Keller (2009 : 24) : “Bauran pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*)”. Keempat bauran pemasaran tersebut dapat digunakan oleh para pemilik mebel untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Persaingan usaha mebel di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna cukup ketat dan kompetitif. Daftar nama dan alamat mebel yang beroperasi di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Daftar Nama dan Alamat Mebel yang Memiliki Izin Usaha
di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna
Tahun 2016

No	Nama Mebel	Alamat
1.	Jaya Karya Mandiri Serasan	Kampung Genting Desa Serasan Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna
2.	Putra Maulana	Kampung Air Raya Desa Serasan Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna
3.	Karya Cipta	Kampung Air Raya Desa Serasan Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna

Sumber: Kantor Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna, 2016

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat tiga perusahaan industri mebel di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna, yaitu Jaya Karya Mandiri Serasan, Putra Maulana, dan Karya Cipta. Ketiga perusahaan mebel tersebut menjual beberapa produk yang hampir sama, seperti kusen pintu kayu, kusen jendela kayu, meja makan, lemari pakaian, lemari buku, kursi dan meja kayu, dan lubang kunci. Produk yang sama tersebut menyebabkan persaingan di antara

ketiga perusahaan tersebut semakin ketat dan kompetitif, sehingga kualitas produk merupakan faktor yang paling utama dalam menarik minat beli konsumen.

Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna merupakan salah satu perusahaan industri yang mengolah bahan baku kayu menjadi bahan jadi berupa berbagai macam mebel atau perabotan rumah tangga. Produk yang dihasilkan antara lain kusen pintu kayu, kusen jendela kayu, meja TV, meja makan, meja kompor, lemari pakaian, lemari buku, lemari obat, kursi kayu, dan lubang kunci.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dibeli dan dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Data mengenai produk dan harga jual masing-masing produk yang dijual oleh Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna Tahun 2016 disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan
Jenis Produk dan Harga Jual Mebel
Tahun 2016

No.	Jenis Produk	Harga Jual
1.	Satu unit kusen pintu bulat	Rp 1.800.000,00 – Rp 2.000.000,00
2.	Satu set kusen pintu standar	Rp 750.000,00 – Rp 1.000.000,00
3.	Satu unit kusen jendela	Rp 700.000,00 – Rp 1.100.000,00
4.	Satu unit meja TV Standar	Rp 1.500.000,00
5.	Satu set meja makan standar	Rp 4.500.000,00
6.	Satu set meja dan kursi sekolah	Rp 450.000,00
7.	Satu unit meja kompor 100 cm	Rp 1.000.000,00
8.	Satu unit meja kompor standar	Rp 800.000,00
9.	Satu set kursi reng	Rp 300.000,00
10.	Satu set kursi santai	Rp 1.300.000,00
11.	Satu set kursi teras	Rp 1.800.000,00
12.	Satu unit lemari pakaian satu pintu	Rp 1.200.000,00
13.	Satu unit lemari pakaian dua pintu	Rp 2.500.000,00
14.	Satu unit lemari pakaian tiga pintu	Rp 4.000.000,00
15.	Satu unit lemari buku empat tingkat	Rp 1.500.000,00
16.	Satu unit lemari obat empat tingkat	Rp 1.500.000,00
17.	Satu unit lubang kunci jendela	Rp 380.000,00
18.	Satu unit lubang kusen bulat	Rp 1.000.000,00

Sumber: Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan, 2016

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan cukup banyak dan bervariasi. Harga produk yang dijual berkisar antara Rp 300.000,00 sampai dengan Rp 4.500.000,00. Harga jual mebel paling murah adalah satu set kursi reng sebesar Rp 300.000,00, dan harga jual mebel paling mahal adalah satu set meja makan standar yang dijual sebesar Rp 4.500.000,00. Jenis mebel yang cukup banyak dan bervariasi memberikan pilihan yang beragam bagi konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan akan mebel.

Promosi merupakan bagian terpenting yang sangat berperan aktif dalam memperkenalkan produk, mengingatkan kembali dan memberitahukan manfaat suatu produk dalam mendorong konsumen untuk membeli produk

tersebut. Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan dalam usahanya meningkatkan penjualan produknya mengadakan beberapa jenis promosi antara lain papan nama mebel, spanduk, kartu nama dan nomor *handphone*, promosi dengan menggunakan gambar produk, dan informasi dari mulut ke mulut. Dengan adanya promosi tersebut diharapkan permintaan konsumen akan produk-produk mebel meningkat, sehingga berdampak pada volume penjualan mebel yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan bagi mebel.

Perkembangan volume penjualan dalam satuan set dan unit pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna dari Tahun 2013-2015 disajikan pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan
Perkembangan Volume Penjualan Mebel
(dalam Unit dan Set)
Tahun 2013-2015

No.	Jenis Produk	Volume Penjualan			Jumlah
		2013	2014	2015	
1.	Kusen pintu bulat (unit)	27	41	23	91
2.	Kusen pintu standar (set)	68	48	71	187
3.	Kusen jendela (unit)	144	167	136	447
4.	Meja TV Standar (unit)	4	3	2	9
5.	Meja makan standar (set)	1	2	1	4
6.	Meja dan kursi sekolah (set)	0	50	0	50
7.	Meja kompor 100 cm (unit)	2	3	2	7
8.	Meja kompor standar (unit)	3	3	1	7
9.	Kursi reng (set)	2	2	4	8
10.	Kursi santai (set)	3	2	1	6
11.	Kursi teras (set)	3	1	1	5
12.	Lemari pakaian satu pintu (unit)	2	3	3	8
13.	Lemari pakaian dua pintu (unit)	0	1	1	2
14.	Lemari pakaian tiga pintu (unit)	1	1	0	2
15.	Lemari buku empat tingkat (unit)	1	2	2	5
16.	Lemari obat empat tingkat (unit)	1	1	1	3
17.	Lubang kunci jendela (unit)	15	24	32	71
18.	Lubang kusin bulat (unit)	5	4	4	13

Sumber: Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan, 2016

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa volume penjualan pada Tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 26,95% dibandingkan dengan Tahun 2013. Namun, volume penjualan mebel pada Tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 20,39% dibandingkan dengan Tahun 2014.

Perkembangan volume penjualan dalam satuan rupiah pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna dari Tahun 2013-2015 disajikan pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4
Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan
Perkembangan Volume Penjualan Mebel
(dalam Rupiah)
Tahun 2013-2015

No.	Jenis Produk	Volume Penjualan		
		2013	2014	2015
1.	Kusen pintu bulat	Rp 43.200.000,00	Rp 73.800.000,00	Rp 41.400.000,00
2.	Kusen pintu standar	Rp 47.600.000,00	Rp 36.000.000,00	Rp 53.250.000,00
3.	Kusen jendela	Rp 86.400.000,00	Rp 116.900.000,00	Rp 95.200.000,00
4.	Meja TV Standar	Rp 5.000.000,00	Rp 3.750.000,00	Rp 3.000.000,00
5.	Meja makan standar	Rp 4.250.000,00	Rp 8.500.000,00	Rp 4.500.000,00
6.	Meja dan kursi sekolah	Rp 0,00	Rp 20.000.000,00	Rp 0,00
7.	Meja kompor 100 cm	Rp 1.600.000,00	Rp 2.400.000,00	Rp 2.000.000,00
8.	Meja kompor standar	Rp 1.950.000,00	Rp 1.950.000,00	Rp 800.000,00
9.	Kursi reng	Rp 600.000,00	Rp 600.000,00	Rp 1.200.000,00
10.	Kursi santai	Rp 3.600.000,00	Rp 2.600.000,00	Rp 1.300.000,00
11.	Kursi teras	Rp 3.750.000,00	Rp 1.500.000,00	Rp 1.800.000,00
12.	Lemari pakaian 1 pintu	Rp 2.000.000,00	Rp 3.600.000,00	Rp 3.600.000,00
13.	Lemari pakaian 2 pintu	Rp 0,00	Rp 2.300.000,00	Rp 2.500.000,00
14.	Lemari pakaian 3 pintu	Rp 3.500.000,00	Rp 4.000.000,00	Rp 0,00
15.	Lemari buku 4 tingkat	Rp 1.250.000,00	Rp 2.500.000,00	Rp 3.000.000,00
16.	Lemari obat 4 tingkat	Rp 1.250.000,00	Rp 1.250.000,00	Rp 1.500.000,00
17.	Lubang kunci jendela	Rp 5.250.000,00	Rp 8.400.000,00	Rp 12.160.000,00
18.	Lubang kusen bulat	Rp 4.000.000,00	Rp 4.000.000,00	Rp 4.000.000,00
	Total	Rp 215.200.000,00	Rp 294.050.000,00	Rp 231.210.000,00

Sumber: Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan, 2016

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa volume penjualan dalam rupiah pada Tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 36,64% dibandingkan dengan

Tahun 2013. Namun, volume penjualan mebel dalam rupiah pada Tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 21,37% dibandingkan dengan Tahun 2014.

Salah satu produk yang paling banyak dibeli oleh konsumen adalah kusen jendela kayu. Kusen jendela kayu yang diproduksi oleh Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan terbuat dari bahan kayu bedong. Kusen jendela kayu yang dibuat oleh Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap jendela rumah agar tampilan rumah menjadi lebih indah dan menarik.

Daftar harga dan jenis kusen jendela kayu yang dijual di Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan pada Tahun 2016 disajikan pada Tabel 1.5.

Tabel 1.5
Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan
Daftar Harga Jual dan Jenis Kusen Jendela Kayu
Tahun 2016

No	Jenis Kusen Jendela Kayu	Harga/Unit
1.	Kusen Jendela Polos + Kaca Polos	Rp 700.000,00 - Rp 950.000,00
2.	Kusen Jendela Blasut + Kaca Polos	Rp 900.000,00 - Rp 1.100.000,00

Sumber: Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan, 2016

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan menjual dua jenis kusen jendela kayu yang dijual dengan harga paling murah Rp 700.000,00 dan harga paling mahal Rp 1.100.000,00 per jendela. Kusen jendela polos dan kaca polos dijual dengan harga Rp 700.000,00 sampai dengan Rp 950.000,00 per jendela, dan kusen jendela blasut dan kaca polos dijual dengan harga Rp 850.000,00 sampai dengan Rp 1.100.000,00 per jendela. Ukuran jendela kayu menentukan harga jual jendela kayu.

Perkembangan volume penjualan kusen jendela kayu dalam unit pada Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna dari Tahun 2013-2015 disajikan pada Tabel 1.6.

Tabel 1.6
Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan
Volume Penjualan Kusen Jendela Kayu
(Dalam Unit)
Tahun 2013-2015

Tahun	Jumlah Pembelian Konsumen (Orang)			Volume Penjualan (Unit)
	1 Unit	2 Unit	3 Unit	
2013	55	22	15	144
2014	76	32	9	167
2015	67	24	7	136

Sumber: Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan, 2016

Tabel 1.6 menunjukkan bahwa pada Tahun 2014 volume penjualan kusen jendela kayu dalam unit meningkat sebesar 15,97% dibandingkan dengan Tahun 2013. Namun, pada Tahun 2015 volume penjualan kusen jendela kayu dalam unit mengalami penurunan sebesar 18,56%.

Perkembangan volume penjualan kusen jendela kayu dalam rupiah pada Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna dari Tahun 2013-2015 disajikan pada Tabel 1.7.

Tabel 1.7
Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan
Volume Penjualan Kusen Jendela Kayu
(Dalam Rupiah)
Tahun 2013-2015

Tahun	Volume Penjualan (Rupiah)			Total Penjualan (Rupiah)
	1 Unit	2 Unit	3 Unit	
2013	Rp33.000.000,00	Rp26.400.000,00	Rp27.000.000,00	Rp 86.400.000,00
2014	Rp53.200.000,00	Rp44.800.000,00	Rp18.900.000,00	Rp116.900.000,00
2015	Rp46.900.000,00	Rp33.600.000,00	Rp14.700.000,00	Rp 95.200.000,00

Sumber: Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan, 2016

Tabel 1.7 menunjukkan bahwa pada Tahun 2014 volume penjualan jendela kayu dalam rupiah meningkat sebesar 35,30% dibandingkan dengan Tahun 2013. Namun, pada Tahun 2015 volume penjualan jendela kayu dalam unit mengalami penurunan sebesar 18,56%.

Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat memegang peranan yang penting dalam kegiatan pemasaran Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik mebel mengenai kebijakan bauran pemasaran menunjukkan bahwa dalam hal kebijakan produk perusahaan memomorsatukan kualitas produk yang dihasilkan, seperti memilih kayu yang benar-benar bermutu baik agar menghasilkan mebel yang benar-benar berkualitas, memperhatikan kerapian dan kehalusan hasil mebel, membuat desain mebel sesuai keinginan konsumen, dan melakukan perbaikan atau penggantian terhadap mebel yang mengalami kerusakan.

Kebijakan harga yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan usahanya dilakukan dengan cara memberikan potongan harga. Potongan harga diberikan jika konsumen membeli produk lebih dari satu yang besarnya ditentukan pada saat negosiasi atau transaksi berlangsung antara konsumen dengan pemilik mebel. Kebijakan promosi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan membuat papan nama mebel, spanduk, kartu nama dan nomor *handphone*, promosi dengan menggunakan gambar produk, dan informasi dari mulut ke mulut. Kegiatan promosi ini dilakukan untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk-produk perusahaan. Kebijakan distribusi

yang diterapkan perusahaan adalah menyediakan alat transportasi darat untuk mengantar pesan yang telah selesai ke konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna”.

B. Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna?

C. Pembatasan Masalah

Agar analisis dan pembahasan yang dilakukan tidak menyimpang dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam membuat kebijaksanaan bauran pemasaran agar dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli berbagai produk mebel yang ditawarkan oleh perusahaan, khususnya kusen jendela kayu.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana yang digunakan untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan yang dituangkan dalam suatu penelitian ilmiah bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi rekan-rekan mahasiswa atau pihak-pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bauran pemasaran dan keputusan pembelian konsumen sekaligus untuk menambah perbendaharaan karya ilmiah di perpustakaan.

4. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk-produk mebel pada suatu perusahaan.

F. Kerangka Pemikiran

Industri mebel merupakan salah satu sektor yang terus berkembang di Indonesia. Pada era sekarang ini, mebel kayu telah menjadi kebutuhan wajib yang diperlukan untuk memberikan desain interior yang baik bagi rumah serta dapat memberikan kenyamanan, sehingga dapat menunjang berbagai aktivitas. Industri mebel juga berperan penting sebagai sumber devisa bagi negara karena peminat produk ini juga datang dari luar negeri.

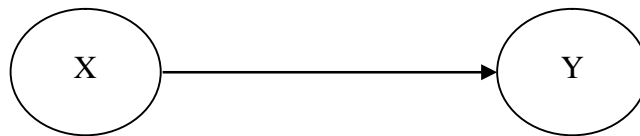
Usaha mebel kayu yang banyak berdiri menyebabkan persaingan usaha di sektor ini semakin ketat dan kompetitif. Kondisi ini tentu menuntut para pemilik untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar produk-produk yang mereka hasilkan dapat menarik minat konsumen untuk dibeli. Oleh karena itu, pemilik usaha mebel harus menetapkan strategi bauran pemasaran yang tepat agar konsumen mau membeli produk-produknya.

Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Bauran pemasaran tersebut terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*). Keempat bauran pemasaran tersebut dapat digunakan oleh para pemilik mebel untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian konsumen dapat melalui lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Para konsumen tidak selalu melewati seluruh lima urutan tahap ketika membeli produk mebel. Mereka bisa melewati atau membalik beberapa tahap.

Berdasarkan uraian tersebut, maka pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Keterangan:

X = Variabel bebas, yaitu Bauran Pemasaran

Y = Variabel terikat, yaitu Keputusan Konsumen dalam Membeli Kusen Jendela Kayu

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif atau hubungan. Menurut Sujarweni (2014 : 11) : “Penelitian asosiatif atau hubungan adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih serta mengetahui pengaruhnya”. Dengan demikian, penelitian asosiatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan terdiri dari:

1) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara langsung kejadian yang tampak pada objek yang diteliti, yaitu kegiatan pemasaran dan produksi mebel di perusahaan.

2) Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung kepada pemilik dan karyawan mebel mengenai bauran pemasaran mebel.

3) Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan/ Pernyataan tertulis mengenai bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat serta keputusan pembelian konsumen. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner berstruktur dengan jawaban tertutup. Responden diminta menjawab setiap pertanyaan/ pernyataan yang diajukan dengan memberikan tanda *checklist* () atau tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang telah disediakan.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen-dokumen perusahaan dan buku-buku serta jurnal-jurnal penelitian ilmiah yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan bagian yang sangat penting dan tak terpisahkan dalam suatu penelitian. Menurut Pasolong (2013 : 100) : “Populasi adalah keseluruhan atau *univers* yang ciri-cirinya atau karakteristik-karakteristiknya dapat diamati untuk ditarik menjadi suatu sampel dalam penelitian”. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi. Menurut Trijono (2015 : 31) : “Bagian dari populasi”. Sampel penelitian harus ditentukan dengan tepat jumlahnya. Oleh karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka menurut Al-Rasyid dalam Riduwan (2010 : 25) penentuan jumlah sampel menggunakan rumus sebagai berikut:

$$no = \left(\frac{Z}{2.BE} \right)^2$$

Keterangan:

no = Jumlah sampel

Z = Nilai dalam tabel Z ($\alpha = 5\%$) = 1,99

BE = *Bound of Error* diambil 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} no &= \left(\frac{1,99}{2.(0,1)} \right)^2 \\ &= 99,0025 \quad 100 \end{aligned}$$

Pembulatan jumlah sampel sebanyak 100 orang mengacu pada pendapat Kannel D. Baliley dalam Pasolong (2013 : 112) bahwa: “Jumlah sampel minimum 100 responden, jika penelitian ini menggunakan perhitungan statistik”. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang.

Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Riduwan (2010 : 20) : “*Purposive sampling* dikenal juga dengan *sampling* pertimbangan ialah teknik *sampling* yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu”. Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini diambil dengan pertimbangan

konsumen yang datang langsung membeli sendiri kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna.

4. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian ini disajikan pada Tabel 1.8.

Tabel 1.8
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item / Pertanyaan	Literatur
Bauran Pemasaran (X)	Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya.	<p>1. Produk</p> <p>2. Harga</p> <p>3. Promosi</p>	<p>a. Model jendela kayu.</p> <p>b. Bahan baku jendela kayu.</p> <p>c. Ketahanan jendela kayu.</p> <p>d. Desain jendela kayu.</p> <p>e. Kerapian dan kehalusan pembuatan jendela kayu.</p> <p>f. Ketepatan waktu dalam penyelesaian jendela kayu.</p> <p>g. Perbaikan atau penggantian kerusakan jendela kayu dengan segera.</p> <p>a. Harga jual jendela kayu terjangkau.</p> <p>b. Harga jual sesuai dengan ukuran.</p> <p>c. Pembayaran uang muka.</p> <p>d. Potongan harga.</p> <p>a. Promosi dengan papan nama mebel.</p> <p>b. Promosi dengan spanduk.</p> <p>c. Promosi dengan kartu nama dan nomor <i>handphone</i>.</p> <p>d. Promosi dengan gambar atau foto jendela.</p>	Kotler dan Keller (2008)

		4. Tempat	<p>e. Informasi dari mulut ke mulut.</p> <p>a. Lokasi penjualan strategis dan mudah dijangkau.</p> <p>b. Lokasi penjualan dekat dengan rumah.</p> <p>c. Pesanan diantar langsung ke rumah.</p> <p>d. Fasilitas transportasi.</p>	
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Keputusan pembelian konsumen adalah tahap dalam proses keputusan pembelian.	<p>1. Pengenalan masalah</p> <p>2. Pencarian informasi.</p> <p>3. Evaluasi alternatif.</p>	<p>a. Membutuhkan kusen jendela rumah.</p> <p>b. Membutuhkan kusen jendela karena banyak orang yang membeli.</p> <p>a. Mendapatkan informasi dari papan nama mebel.</p> <p>b. Mendapatkan informasi dari spanduk.</p> <p>c. Mendapatkan informasi dari kartu nama dan nomor <i>handphone</i> mebel.</p> <p>d. Mendapatkan informasi dari katalog.</p> <p>e. Mendapatkan informasi dari mulut ke mulut.</p> <p>a. Merasa mebel dapat memberikan solusi yang tepat dalam memenuhi kebutuhan jendela rumah.</p> <p>b. Merasa mebel memberikan banyak manfaat untuk memenuhi kebutuhan jendela rumah.</p> <p>c. Mempertimbangkan saran dari teman atau keluarga sebelum memutuskan untuk membeli.</p> <p>d. Menggunakan semua informasi yang diperoleh untuk menentukan pilihan.</p>	Kotler dan Keller (2009)

		<p>4. Keputusan pembelian</p> <p>5. Perilaku pasca pembelian</p>	<p>a. Memutuskan sendiri membeli kusen jendela kayu tanpa mempertimbangkan saran dari orang lain.</p> <p>b. Memutuskan membeli kusen jendela kayu karena banyak dipengaruhi oleh saran dari teman atau keluarga.</p> <p>c. Memutuskan membeli kusen jendela berdasarkan semua informasi yang diperoleh dari perusahaan.</p> <p>d. Memutuskan membeli kusen jendela kayu meskipun pernah mendengar dari teman atau keluarga atau orang lain yang pernah kecewa.</p> <p>a. Merasa puas membeli kusen jendela kayu di Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan.</p> <p>b. Bersedia untuk membeli kusen jendela kayu hanya di Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan.</p> <p>c. Bersedia mengajak teman atau keluarga untuk membeli kusen jendela kayu di Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan.</p> <p>d. Bersedia membeli kusen jendela kayu di Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan meskipun harga jualnya naik.</p>	
--	--	--	--	--

Variabel penelitian tersebut diukur menggunakan skala Likert.

Menurut Riduwan (2010 : 38) : “Skala Likert digunakan untuk mengukur

sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial”. Skala Likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi konsumen mengenai produk, harga, promosi, dan tempat serta keputusan pembelian konsumen. Responden diberikan lima alternatif pilihan jawaban dalam skala Likert atas setiap pernyataan yang diajukan sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberikan skor 5.
- b. Setuju (S) diberikan skor 4.
- c. Kurang Setuju (KS) diberikan skor 3.
- d. Tidak Setuju (TS) diberikan skor 2.
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan skor 1.

5. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut Simamora (2004 : 58) : “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen”. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas butir, yaitu pengujian yang dilakukan terhadap *item-item* pernyataan dalam kuesioner dengan cara mengkorelasikan skor *item-item* pernyataan dalam kuesioner dengan skor total menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Rumus korelasi *Pearson Product Moment* menurut Simamora (2004 : 65) adalah:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

X = skor pernyataan

Y = skor total pernyataan

n = jumlah sampel

Nilai korelasi *Pearson Product Moment* (r_{hitung}) kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} menggunakan tingkat signifikansi () sebesar 1% dan *degree of freedom* (df) = $n - 2$. Kriteria keputusan pengujiannya adalah jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Simamora (2004 : 63) : “Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner”. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha*. Menurut Simamora (2004 : 77) rumus *Cronbach's Alpha* yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{b^2}{t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

s^2 = jumlah varians butir

t^2 = varians total

Menurut Sujarweni (2014 : 192) uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan adalah:

“Jika nilai $Alpha > 0,60$, maka reliabel”.

6. Teknik Analisis Data

a. Analisis Koefisien Korelasi

Data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kemudian dianalisis menggunakan analisis kuantitatif dengan pendekatan statistik yang diolah menggunakan Program SPSS 21.0 *for windows*. Analisis kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen membeli kusen jendela kayu pada Jaya Karya Mandiri Serasan Kabupaten Natuna adalah analisis koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus menurut Riduwan (2010: 227) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

X = Bauran pemasaran

Y = Keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu

Nilai koefisien korelasi tersebut kemudian diinterpretasikan sebagai berikut.

Tabel 1.9
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013 : 257)

b. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis kontribusi atau sumbangan pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen membeli kusen jendela kayu pada Jaya Karya Mandiri Serasan Kabupaten Natuna. Menurut Riduwan (2010 : 228) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Besarnya koefisien penentu (determinan)

r = Koefisien korelasi

c. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk menguji hubungan atau korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Uji korelasi dalam penelitian ini digunakan untuk menguji hubungan bauran pemasaran dengan keputusan konsumen membeli kusen jendela kayu pada Jaya Karya Mandiri Serasan Kabupaten Natuna. Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) Membuat Hipotesis

$H_0 : \rho = 0$: Korelasi tidak berarti.

$H_a : \rho \neq 0$: Korelasi berarti.

2) Keputusan

Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima.

Jika $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal berkaitan dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden yang membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan adalah laki-laki, berumur antara 38 sampai dengan 43 tahun, sudah menikah, berpendidikan sekolah menengah atas (SMA), bekerja sebagai pegawai negeri sipil, berpendapatan per bulan antara Rp 2.000.000,00 sampai dengan Rp 2.499.999,00, dan jumlah pembelian kusen jendela kayu antara 3 sampai dengan 4 unit.
2. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa bauran pemasaran memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten Natuna. Artinya, jika nilai bauran pemasaran ditingkatkan, maka keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu juga akan meningkat.
3. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebanyak 45,16% keputusan konsumen dalam membeli kusen jendela kayu pada Mebel Jaya Karya Mandiri Serasan di Kecamatan Serasan Kabupaten

Natuna dipengaruhi oleh bauran pemasaran, dan sisanya 54,84% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain di luar penelitian ini.

4. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen membeli kusen jendela kayu pada Jaya Karya Mandiri Serasan Kabupaten Natuna.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka dapat diberikan beberapa saran kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas kusen jendela kayu dengan membuatnya lebih menarik, inovatif, dan tahan lama baik dari segi model, desain, dan bahan baku yang baik agar konsumen tertarik untuk membeli agar keputusan pembelian konsumen meningkat yang pada akhirnya akan membuat konsumen loyal dengan perusahaan.
2. Perusahaan hendaknya dalam menetapkan harga jual kusen jendela kayu selain memperhatikan biaya-biaya produksi juga memperhatikan harga produk pesaing karena harga merupakan salah satu faktor yang paling sensitif dalam mempengaruhi pembelian konsumen.
3. Perusahaan hendaknya lebih gencar melakukan promosi dengan menampilkan produk yang dijual dan spesifikasi setiap produk yang dijual agar konsumen lebih mudah mengetahui spesifikasi dan keunggulan produk.

4. Perusahaan hendaknya dapat memanfaatkan lokasi perusahaan yang strategis dengan membuat tampilan eksterior dan interior lebih menarik untuk menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Cetakan ke-1. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Hondoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid 2. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. 14th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan ke-12. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Pasolong, Harbani. 2013. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Peter, P, J, & Olson, Jerry, C. 2009. *Costumer Behavior*, Jilid 2, Edisi Kelima (alih bahasa Damos Sihombing). Jakarta: Erlangga.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Cetakan ke-1. Jakarta: TransMedia.
- Riduwan. 2010. *Dasar-dasar Statistika*. Edisi Revisi. Cetakan ke-8. Bandung: Alfabeta.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Services Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi II. Yogyakarta: Andi.

Trijono, Rachmat. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cetakan ke-1. Depok: Paps Sinar Sinanti.

Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.