

SKRIPSI



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
STUDI KASUS PENGUNJUNG GERAJ DEKRANASDA
JAKARTA BARAT**

Disusun Oleh:

Nama : Alfian Adi Prianto

NPM : 2031011264

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2024



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
STUDI KASUS PENGUNJUNG GERAJ DEKRANASDA
JAKARTA BARAT**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Terapan Oleh:**

Nama : Alfian Adi Prianto
NPM : 2031011264
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

SKRIPSI

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2024



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ALFIAN ADI PRIANTO
NPM : 2031011264
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK
JUDUL : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
STUDI KASUS PENGUNJUNG GERAJ DEKRANASDA
JAKARTA BARAT

DITERIMA DAN DISETUJUI UNTUK DIPERTAHANKAN

JAKARTA, 8 Mei 2024

Dosen Pembimbing Skripsi

Karnida Retta Ginting, SE., MM.

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Diperiksa dan disahkan oleh Tim penguji Ujian Tugas Akhir Sarjana Terapan
Politeknik STIA LAN Jakarta Pada 28 Mei 2024

Ketua merangkap Anggota



(Budi Priyono, SE., MM)

Sekretaris Merangkap Anggota

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines.

(Anita, S.Kom., M.TI)

Anggota/Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, featuring a prominent vertical stroke and a horizontal base.

(Karnida Retta Ginting, SE., MM)

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Alfian Adi Prianto
NPM : 2031011264
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pengunjung Gerai Dekranasda Jakarta Barat”** merupakan hasil karya saya sendiri dan benar keasliannya. Apabila di kemudian hari penulisan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan Politeknik STIA LAN Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 28 Mei 2024



ALFIAN ADI PRIANTO

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini diharapkan menjadi acuan penilaian terhadap hasil kerja peneliti selama melakukan penelitian. Pelaksanaan skripsi merupakan salah satu syarat agar peneliti mendapat gelar Serjana Terapan Administrasi Bisnis Sektor Publik pada program studi Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Jakarta.

Adapun proses serta hasil skripsi ini tidak dapat berjalan tanpa adanya bantuan dari banyak pihak. Ibu Karnida Retta Ginting, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang memberikan dukungan moril serta arahan selama proses penyusunan skripsi. Melalui kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Muhammad Rizki, SE., MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik Politeknik STIA LAN Jakarta.
2. Bapak Budi Priyono, SE., MM selaku penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi
3. Ibu Anita S.Kom., M.TI selaku penguji yang juga memberikan bimbingan dan arahan saat proses penyelesaian skripsi.
4. Kedua orang tua tercinta, mama dan bapak serta adik tersayang. Atas doa serta dukungan moril dan materil selama penelitian berlangsung.
5. Ibu Lisniawati S.Sos selaku Ketua Dekranasda Jakarta Barat beserta seluruh pengurus yang telah memberikan izin dan membantu peneliti dalam memperoleh dokumen yang diperlukan.
6. Ibu Emy selaku Sekretaris Dekranasda Jakarta Barat yang telah membantu peneliti dalam menyebarkan kuesioner kepada para responden.
7. Seluruh Perajin Dekranasda Jakarta Barat yang sangat ramah dan membantu peneliti dalam mengetahui detail produk.

8. Ahmad Ardiansyah, Akhmad Zainur, Dimas Hikmah, Beby Camila, Cahya Dhiya, Difra Salakay dan Dita Azra selaku teman seperjuangan. Atas dukungan positif selama penelitian dilakukan.
9. Aris dan Batara yang telah kebersamai peneliti mulai dari pelaksanaan proyek inovasi hingga penyelesaian Tugas Akhir.
10. Elvina, Dias, Haegia, Fifi, Robert, Fauzi sebagai teman satu bimbingan dalam penyelesaian Tugas Akhir.
11. Amanda Citra yang senantiasa memberikan dukungan dan menemani peneliti dalam penyusunan Tugas Akhir.

Demikian ucapan terima kasih yang peneliti sampaikan. Melalui hasil penelitian skripsi ini, peneliti menyadari masih adanya kekurangan. Oleh karena itu, peneliti berharap kepada seluruh pihak terkait untuk memberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penelitian ini. Peneliti berharap agar penelitian ini membawa manfaat baik bagi peneliti maupun pembaca.

Jakarta, 28 Mei 2024

Peneliti,

Alfian Adi Prianto

ABSTRAK

“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Studi Kasus Pengunjung Gerai Dekranasda Jakarta Barat”

Alfian Adi Prianto, Karnida Retta Ginting

Dekranasda Jakarta Barat merupakan Dewan Kerajinan Nasional Tingkat Daerah yang memiliki peran penting dalam mengembangkan potensi industri kerajinan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya perajin produk lokal. Dekranasda Jakarta Barat juga berperan dalam meningkatkan keterampilan maupun pengetahuan para perajin melalui berbagai aktivitas pelatihan dan pembinaan serta memfasilitasi perajin dalam aktivitas promosi produk lokal. Kurangnya penelitian di Dekranasda Jakarta Barat menjadi alasan utama penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya peran Dekranasda Jakarta Barat khususnya dalam meningkatkan penjualan produk lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus lemeshow. Terdapat 97 responden yang telah mengisi kuesioner dengan kriteria pernah membeli produk di Gerai Dekranasda Jakarta Barat. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 23 dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang diberikan peneliti adalah Dekranasda Jakarta Barat perlu menyediakan layanan pasca pembelian, menekankan desain produk pada karakteristik Kota Administrasi Jakarta Barat, dan membuat grup komunitas untuk mendukung aktivitas *broadcasting* dalam rangka menciptakan pembelian kembali.

**Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian,
Dewan Kerajinan Nasional**

ABSTRACT

*“The Effect of Price, Product Quality and Promotion on Purchasing Decision
Case Study West Jakarta Dekranasda Visitors”*

Alfian Adi Prianto, Karnida Retta Ginting

The West Jakarta Dekranasda is a regional level branch of the National Handicraft Committee which plays vital role in the development of handicraft industry so that it may help increase welfare for the general public, more specifically for the local artisan community. West Jakarta Dekranasda also plays a role in developing skills and knowledge of the artisan through training and mentoring activities, and facilitating the promotion of local products. The lack of research in West Jakarta Dekranasda became the primary reason for this research to be conducted. Considering the importance of West Jakarta Dekranasda role in increasing the sales of local products. This research aims to understand the influence of price, product quality, and promotion on purchasing decision. The methods utilized are descriptive quantitative. Data gathering technique is through questionnaire with the number of samples are pre-determined with Lemeshow formula. There are 97 respondents whom have filled the questionnaire with the main criteria is that they have purchased a certain product in West Jakarta Dekranasda Shop. Data processing is done using SPSS 23. The result of this research shows that price, product quality, and promotions are partially and simultaneously have significant impact in the purchasing decision. Based on this research, it is recommended for West Jakarta Dekranasda to provide aftersales services, with emphasis on product design which reflects West Jakarta City and creating a community group to support broadcasting activity in order to endorse repeat purchase.

**Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchasing Decisions,
National Crafts Council**

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Permasalahan	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Tinjauan Teori.....	11
1. Pemasaran	11
2. Produk.....	12
3. Harga	14
4. Promosi	18
5. Perilaku Konsumen	22
6. Keputusan Pembelian	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	29
D. Kerangka Berpikir	30
E. Hipotesis Penelitian.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
A. Metode Penelitian	32
B. Populasi, Sample dan Teknik Sampling	32
1. Populasi	32
2. Sampel.....	33
3. Teknik Sampling.....	33
C. Teknik Pengumpulan Data.....	34
D. Instrumen Penelitian	35
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	37
1. Uji Validitas.....	37
2. Reliabilitas Instrumen	38
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	38
1. Uji Asumsi Klasik.....	38
2. Uji Koefisien Determinasi.....	39
3. Analisis Regresi Linier Berganda	40
4. Uji Hipotesis.....	41
BAB IV ANALISIS DATA	42
A. Gambaran Umum Gerai Dekranasda Jakarta Barat.....	42
B. Uji Instrumen.....	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas	51
C. Penyajian Data.....	53
1. Profil Responden	53
2. Teknik Pengolahan Data	57
3. Sintesis Pemecahan Masalah (Pembuktian Hipotesis)	66
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Produk Terjual di Gerai Dekranasda Jakarta Barat	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	29
Tabel 3. 1 Skala Likeart	34
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian	35
Tabel 4. 1 Daftar Perajin Anggota Dekranasda Jakarta Barat	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)	51
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	52
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 10 Profil Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4. 11 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	56
Tabel 4. 12 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis 1,2 dan 3 (Uji T)	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji-F	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Produk Lokal dan Produk Asing	3
Gambar 2.1 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	23
Gambar 2. 1 Faktor yang dipertimbangkan dalam penetapan harga	15
Gambar 2. 2 Lima Tahap Keputusan Pembelian.....	24
Gambar 2. 3 Tahapan Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian.....	26
Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4. 1 Logo Dekranasda Jakarta Barat.....	42
Gambar 4. 2 Struktur Dekranasda Jakarta Barat).....	44
Gambar 4. 3 Kegiatan Kurasi Produk Dekranasda Jakart Barat	46
Gambar 4. 4 Dekranasda Goes to Mall dan Gerai Dekranasda Jakarta Barat.....	47
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	59
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot.....	61

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia disebut sebagai negara kepulauan karena wilayahnya terdiri dari banyak pulau yang mencapai 17.001 pulau pada tahun 2022, (Badan Pusat Statistika dalam Dewi, 2023). Besar wilayah Indonesia sebanding dengan jumlah penduduknya, yang mencapai lebih dari 270.200.000 orang pada 2020 yang membuat Indonesia menjadi negara dengan penduduk terbanyak keempat di dunia, (Fikriansyah & Julia, 2023). Penduduk tersebut tersebar dari Sabang sebelah barat hingga Merauke sebelah timur dan Miangas sebelah utara hingga Rote sebelah selatan. Indonesia memiliki keragaman suku dan budaya karena wilayahnya yang luas dan populasinya yang banyak. Selain itu, keanekaragaman hayati Indonesia sangat kaya karena lokasinya di garis khatulistiwa. Apabila keanekaragaman ini dimanfaatkan dan dikelola dengan baik, dapat membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia.

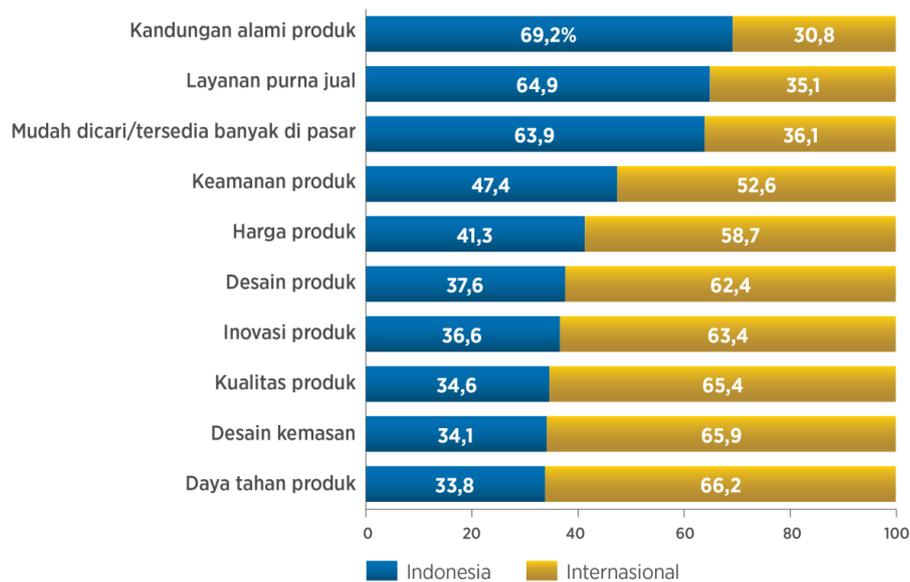
Salah satu dampak positif dari keanekaragaman adalah terciptanya produk-produk lokal yang juga beraneka ragam. Hal ini terjadi karena setiap daerah tentu memiliki cara pengolahan yang berbeda terhadap sumber daya alam sehingga *output* atau produk yang dihasilkan dari olahan sumber daya alam tersebut juga akan berbeda. Bahkan, meskipun satu daerah dengan daerah lainnya memiliki sumber daya alam yang sama, hasil pengolahannya akan berbeda. Sehingga setiap daerah memiliki ciri khas tersendiri khususnya dalam hal produk kerajinan.

Perbedaan produk yang dihasilkan di tiap daerah memungkinkan terjadinya transaksi antar daerah. Sehingga, para perajin yang sebagian besar merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) tidak hanya mampu memasarkan produknya di pasar lokal tempat produk tersebut dihasilkan, melainkan dapat dipasarkan di pasar nasional. Kegiatan jual beli antar daerah didukung dengan masifnya pembangunan infrastruktur jalan yang memberikan kemudahan akses dan mobilitas orang maupun barang. Pembangunan infrastuktur jalan juga membuat biaya logistik yang diperlukan dalam perpindahan barang dari

satu daerah ke daerah lain semakin terjangkau sehingga akan memberikan keuntungan kepada para pelaku usaha yang pada akhirnya akan berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi nasional. Perpindahan barang dalam aktivitas ekonomi tidak hanya dapat dilakukan antar daerah. Pada era globalisasi saat ini memungkinkan para perajin produk lokal juga dapat mengekspor produknya ke mancanegara.

Dampak globalisasi juga memberikan akses produk asing untuk dipasarkan di Indonesia. Hal tersebut membuat produk lokal harus mampu bersaing dengan produk asing. Sedangkan, belum meratanya infrastruktur di Indonesia khususnya dalam hal pendidikan dan telekomunikasi membuat terhambatnya peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia, (Rizkianti et al. 2024). Sehingga pelaku usaha khususnya perajin produk lokal akan kesulitan dalam bersaing dengan produk asing karena kurangnya pembekalan terkait pendidikan dalam hal kewirausahaan seperti ilmu manajemen, pemasaran, administrasi hingga hukum ketatanegaraan. Hal tersebut mengakibatkan para perajin produk lokal mengalami hambatan dalam mengembangkan skala usahanya dari mikro menuju kecil, kecil menuju menengah dan menengah menuju besar. Sehingga, para perajin yang sebagian besar merupakan pelaku UMKM akan kesulitan dalam bersaing dengan produk asing. Terlebih lagi apabila produk asing tersebut diproduksi oleh perusahaan dengan skala besar.

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa produk lokal memiliki keunggulan dalam beberapa aspek seperti kandungan alami produk, layanan purna jual dan kemudahan untuk ditemukan. Tetapi, produk lokal masih memiliki kelemahan dalam hal daya tahan produk, desain kemasan, kualitas produk, inovasi produk, desain produk, harga produk dan keamanan produk. Kelemahan yang terdapat pada produk lokal ini berpotensi mengurangi minat masyarakat terhadap produk lokal. Untuk mempermudah dalam melakukan perbandingan terkait kelebihan dan kelemahan produk lokal dengan produk asing, berikut ini disajikan gambar yang merangkum aspek-aspek yang menjadi kelebihan dan kelemahan produk lokal berikut dengan persentasenya.



Gambar 1.1 Perbandingan Produk Lokal dan Produk Asing

Sumber: (Katadata.co.id, 2020)

Oleh karena itu diperlukan penelitian yang membahas seberapa jauh variabel yang menjadi kelemahan pada produk lokal tersebut dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada penelitian ini, variabel yang akan diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah harga, kualitas produk dan promosi. Lokus yang menjadi lokasi penelitian adalah Dewan Kerajinan Nasional (Dekranas) khususnya Dewan Kerajinan Nasional Tingkat Daerah (Dekranasda) Jakarta Barat. Dekranas yang dibentuk melalui surat keputusan Menteri Perindustrian dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor: 85/M/SK/3/198- dan Nomor: 072b/P/1980, tanggal 3 Maret 1980 menjadi contoh konkrit kebijakan pemerintah dalam mendukung dan mendampingi produk lokal agar dapat bersaing dengan produk asing.

Dekranas sebagai organisasi nirlaba yang bertujuan untuk meningkatkan rasa cinta dan bangga masyarakat terhadap produk lokal sehingga potensi dari industri kerajinan dapat berkembang yang pada akhirnya akan memberikan peluang bagi perajin produk lokal dalam meningkatkan skala usahanya. Dengan hadirnya Dekranas, diharapkan para perajin yang sebagian besar tergolong kedalam pelaku

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) akan dapat meningkatkan skala usahanya sehingga akan mendorong individu lain untuk ikut berkecimpung dalam industri kerajinan yang pada akhirnya akan menciptakan banyak kreasi dan inovasi dalam menciptakan produk lokal. Salah satu program dekranas adalah kriyaNusa yang menjadi ajang dari pameran kerajinan nusantara terbesar di Indonesia. Latarbelakang penyelenggaraan program KriyaNusa adalah untuk menjaga eksistensi dan keberlanjutan produksi kerajinan tangan khas Indonesia. Selain itu, pameran KriyaNusa juga dapat memberikan hasil yang positif dalam meningkatkan pangsa pasar bagi industri kreatif Indonesia baik pasar lokal maupun internasional (Kemenparekraf/Baparekraf, 2020).

Setiap daerah di Indonesia terdapat Dekranas yang dikenal sebagai Dewan Kerajinan Nasional Tingkat Daerah (Dekranasda). Tidak terkecuali di Jakarta Barat yang akan menjadi lokus dari penelitian ini. Dekranasda Jakarta Barat memiliki dua program unggulan dalam mengenalkan, memasarkan dan meningkatkan penjualan para perajin produk lokal di Jakarta Barat yang menjadi anggota Dekranasda Jakarta Barat. Program tersebut adalah “Dekranasda *Goes to Mall*” dan “Gerai Dekranasda Jakarta Barat”. Dekranasda *Goes to Mall* adalah program yang memberikan kesempatan bagi produk lokal untuk dapat di pameran di dalam sebuah *mall* yang telah ditentukan. Sedangkan Gerai Dekranasda Jakarta barat adalah program yang menyediakan etalase untuk menjual produk-produk perajin produk lokal yang menjadi anggota Dekranasda Jakarta Barat. Kedua Program tersebut memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengenalkan dan mempromosikan produk Dekranasda Jakarta Barat yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Untuk mengetahui perkembangan penjualan, maka diperlukan rekapitulasi penjualan dari waktu ke waktu sehingga dapat dianalisa penjualan Dekranasda Jakarta Barat mengalami peningkatan, stagnan atau penurunan. Oleh karena itu, Tabel dibawah ini akan menampilkan hasil penjualan produk Dekranasda Jakarta Barat sejak November 2023 hingga April 2024:

Tabel 1. 1
Jumlah Produk Terjual di Gerai Dekranasda Jakarta Barat

Tahun	Bulan	Jumlah
2023	September	77
2023	Oktober	38
2023	November	47
2023	Desember	31
2024	Januari	31
2024	Februari	46
2024	Maret	42
2024	April	23
2024	Mei	31
Rata-rata		40,67

Sumber: Dokumen Dekranasda Jakarta Barat

Data penjualan yang berhasil didapatkan peneliti hanya terhitung sejak September 2023, hal tersebut karena sistem *cashflow* yang mencatatkan perputaran uang masuk dan keluar baru berjalan dengan baik terhitung sejak bulan tersebut. Berdasarkan tabel 1.1, penjualan tertinggi terjadi pada September 2023 sebanyak 77 produk terjual, sedangkan penjualan terendah terjadi pada April 2024 sebanyak 23 produk terjual. Pada Mei 2024 terjadi peningkatan penjualan dari bulan sebelumnya sebanyak 31 produk terjual. Tetapi, meskipun terjadi peningkatan penjualan pada Mei 2024, jumlah produk terjual pada Mei 2024 masih dibawah rata-rata penjualan sembilan bulan terakhir yaitu 40,67. Nilai rata-rata penjualan dapat dijadikan sebagai acuan atau target penjualan pada bulan berikutnya. Artinya, performa penjualan Mei 2024 masih dibawah target penjualan atau dapat dikatakan bahwa terjadi penurunan penjualan. Melihat masalah tersebut, melakukan analisis strategi yang dapat menciptakan keputusan pembelian pelanggan menjadi langkah yang perlu dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan produk di gerai Dekranasda Jakarta Barat.

Sebelum membuat strategi untuk memersuasi keputusan pelanggan, sangat penting untuk memahami apa yang dilakukan pelanggan saat membuat keputusan pembelian termasuk mengenali masalah, mencari informasi, melakukan evaluasi

alternatif, membuat keputusan, dan tindakan setelah pembelian (Keller et al. 2009). Menurut pernyataan tersebut, saat membuat keputusan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan alternatif produk yang dapat memberikan manfaat yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan harga yang paling terjangkau. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang dikatakan Schiffman dan Kanuk dalam Gulliando, (2019) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan konsumen dalam mempertimbangkan fitur sekumpulan produk, merek, atau layanan yang kemudian konsumen akan menentukan untuk membeli produk memiliki kemampuan paling baik dalam memenuhi kebutuhannya dengan biaya terendah.

Hubungan harga dengan keputusan pembelian dijelaskan oleh Sari & Prihartono, (2021) dalam penelitiannya bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Pernyataan tersebut diperkuat melalui penelitian Faroh (2017) yang mengungkapkan bahwa variabel harga secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Lebih lanjut, Tamara et al. (2021) dalam penelitiannya juga menemukan hasil yang sama yaitu keputusan pembelian secara signifikan dipengaruhi oleh harga. Artinya, konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk disebabkan harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang ditawarkan sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Ketika pelanggan memutuskan untuk membeli sesuatu, salah satu faktor yang paling penting selain harga adalah kualitas produk. Hal ini disebabkan kebutuhan pelanggan tidak hanya berlaku sesaat, sehingga produk harus memiliki kualitas yang memadai untuk dapat digunakan dalam jangka waktu yang relatif lama. Sari dan Prihartono (2021) menjelaskan korelasi antara kualitas produk dan keputusan pembelian yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Pernyataan tersebut diperkuat melalui penelitian Apriani dan Bahrin (2021) yang juga menemukan hasil serupa. Oleh karena itu, bisnis harus memastikan bahwa produknya berkualitas tinggi agar mereka dapat meningkatkan jumlah penjualan. Tetapi, menciptakan kualitas

produk tidak mudah karena upaya peningkatan *value* produk memerlukan pengetahuan, keterampilan dan komitmen yang kuat. Ditambah lagi, masifnya perkembangan teknologi saat ini memungkinkan para pelaku usaha untuk melibatkan teknologi dalam meningkatkan nilai mutu produknya agar lebih cepat dan efisien.

Kualitas produk di Gerai Dekranasda Jakarta Barat secara umum tergolong baik dengan adanya program kurasi yang diselenggarakan Dekranasda Jakarta Barat untuk menjamin setiap produk di gerai Dekranasda Jakarta Barat memenuhi standar mutu dan kelayakan produk untuk konsumen. Tetapi, berdasarkan pra-survey yang dilakukan peneliti dengan beberapa pelanggan gerai Dekranasda Jakarta Barat pada Bulan Agustus 2023, masih terdapat beberapa produk yang perlu di evaluasi. Contohnya adalah produk kebaya yang jahitan pada kancingnya mudah lepas. Selain itu untuk produk aksesoris, beberapa pelanggan juga mengeluhkan bahwa mutiara dan cincin tidak melekat secara sempurna sehingga mudah terlepas. Kondisi tersebut perlu segera di antisipasi mengingat pentingnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang pengaruhnya akan dijelaskan melalui penelitian ini.

Setelah menentukan strategi harga dan kualitas produk, promosi menjadi aspek penting lainnya yang diperlukan dalam memicu keputusan membeli konsumen. Karena promosi memang digunakan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen terkait suatu produk yang dijual, Kotler & Armstrong dalam (Heryanto, 2015). Hubungan antara promosi dan keputusan pembelian dijelaskan dalam penelitian (Prilano et al. 2020) bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sependapat dengan pernyataan tersebut, (Supriyanto et al. 2021) juga menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. Lebih lanjut Lina & Sitohang (2023) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, bahwa produk lokal masih memiliki kelemahan apabila dibandingkan dengan produk asing khususnya dalam

aspek harga dan kualitas produk, penjualan yang menurun serta program Dekranasda Jakarta Barat yang bertujuan untuk mempromosikan produknya, maka diperlukan sebuah penelitian yang dapat mengukur seberapa jauh variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Tetapi, apabila ditelusuri lebih lanjut, penelitian yang menguji variabel yang memengaruhi keputusan pembelian di Dekranasda dapat dikatakan masih sangat sedikit. Tidak hanya pada Dekranasda Jakarta Barat, Penelitian yang membahas faktor terkait keputusan pembelian pada Dekranasda di berbagai wilayah lainnya juga masih minim. Padahal, Dekranasda memiliki peran yang sangat penting dalam membantu penjualan produk kerajinan yang diproduksi perajin lokal.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting karena akan menghasilkan temuan terkait variabel yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen beserta proporsi atau persentase pengaruhnya. Sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan strategi dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah penjualan di Gerai Dekranasda Jakarta Barat. Penelitian ini juga menjadi penting mengingat produk kerajinan memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk pada umumnya. Sehingga, meskipun telah banyak penelitian yang membahas faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, penelitian ini tetap menjadi penting karena lokus atau objek penelitian ini adalah Dekranasda sebagai organisasi yang berkontribusi dalam peningkatan penjualan produk kerajinan.

Alasan tersebut semakin menguatkan pentingnya penelitian ini karena akan menjadi pembanding hasil penelitian lain yang memiliki topik yang sama dengan lokus yang berbeda. Sehingga dapat dilihat apakah variabel yang memengaruhi keputusan pembelian produk pada umumnya, juga memengaruhi keputusan pembelian pada produk kerajinan. Karena seperti yang sudah di paparkan sebelumnya bahwa produk kerajinan memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk umumnya. Produk kerajinan membutuhkan waktu yang lama dalam proses produksi per unitnya dan memiliki nilai kearifan lokal yang tidak dimiliki produk pada umumnya. Melihat pentingnya sebuah penelitian yang membahas korelasi

antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Dekranasda, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pengunjung Gerai Dekranasda Jakarta Barat”.

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah harga, kualitas produk dan promosi bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang disebutkan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk dan promosi bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan secara konsep terkait bagaimana harga, kualitas produk dan promosi dapat memengaruhi keputusan pembelian suatu produk, sehingga dapat dijadikan sebagai literatur dalam berbagai aktivitas intelektual khususnya dalam ruang lingkup administrasi bisnis.

2. Manfaat Praktis

Untuk instansi sebagai lokus penelitian, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar, acuan atau bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi dalam penetapan harga dan penetapan standar kualitas serta aktivitas promosi sehingga akan memberikan pengaruh yang positif bagi perkembangan instansi.

Untuk penulis, diharapkan penelitian ini dapat membantu penulis dalam memahami korelasi antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian berdasarkan fakta yang ada di lapangan sehingga dapat dibandingkan dengan teori yang diperoleh pada saat perkuliahan berlangsung.