

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELISN MEBEL PADA CV AULIA JATI INDOFURNI
JEPARA**

Mochammad Dean Jeri Pratama
Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia
Email : Deanjerryrpat@gmail.com

Abstract

The aims of this study to find out how the influence given by product quality, and word of mouth to the purchase decision of furniture products from CV Aulia Jati Indofurni 100 Respondents selected are consumers who already make purchasing decisions and will make purchasing decisions of furniture products from CV Aulia Jati Indofurniby using purposive sampling technique.

The methodology used to analyze primary data in this research is validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple linear regression, multiple linear regression, and significance test (t and F test) with SPSS 16.0.

The results showed simultaneously product quality, and word of mouth have a significant effect on purchasing decision equal to 52,8% while the balancing influenced by many factors product quality and word of mouth. Some recommendation to increase purchase decision is CV Aulia Jati Indofurni must have social media and then make content about furniture, and must upgrade the design of produt with modern era model.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian mebel pada CV Aulia Jati Indofurni. 100 Responden yang dipilih adalah konsumen yang telah membeli dan ingin membeli mebel di CV Aulia Jati Indofurni dengan menggunakan tehnik *purposive sampling*. Metodologi yang digunakan untuk menganalisis data primer dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, dan uji signifikansi (uji t dan F) dengan SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 52,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas produk dan *word of mouth*.

Beberapa saran untuk meningkatkan keputusan pembelian adalah CV Aulia Jati Indofurni harus membuat media sosial dan membuat konten tentang mebel serta meningkatkan desing produk dengan mengikuti desain era modern.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang paling berkembang pesat di Indonesia. Mebel Indonesia juga berperan penting sebagai sumber devisa bagi negara karena konsumen yang tersebar diseluruh dunia. Keadaan ini membuat produsen mebel bersaing untuk menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Maraknya penipuan online yang mengatasnamakan mebel memberikan dampak negatif pada usaha mebel di Jepara. Sehingga kepercayaan pada mebel di Jepara menurun. Sebagai salah satu produsen mebel, CV Aulia Jati Indofurni yang berdiri sejak tahun 1997 menerapkan strategi pemasaran dengan meningkatkan kualitas produk dan melakukan promosi dengan teknik *word of mouth*.

Dengan meningkatkan kualitas produk akan menciptakan keunggulan yang dapat bersaing dengan produsen lainnya. Strategi *word of mouth* merupakan salah satu bentuk kepercayaan konsumen terhadap produsen sehingga konsumen akan memberikan saran kepada orang lain tentang produk karena sudah percaya terhadap mebel CV Aulia Jati Indofurni.

Kajian Teori

Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2003).

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2009). Kualitas produk dapat menjadi karakteristik dan sifat pada produk, sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Word of Mouth

Word of mouth merupakan tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain (antar pribadi) non komersial baik merk, produk maupun jasa (Hasan, 2010). *Word of mouth* ini merupakan salah satu strategi yang sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler & Armstrong, 2001). Keputusan pembelian merupakan proses yang panjang dan gabungan dari keinginan, pemrosesan informasi dan penilaian secara evaluatif.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2009). Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan data dan fakta di lapangan. Berdasarkan perumusan masalah, disusum hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian

2. Diduga ada pengaruh antara *word of mouth* terhadap keputusan pembelian
3. Diduga ada pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang akan diteliti dan hubungan antar variabel. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli dan ingin membeli furniture di CV Aulia Jati Indofurni. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang telah dianggap cukup mewakili untuk diteliti.

Pembahasan

Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk mebel CV Aulia Jati Indofurni. Terlihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,485 yang berarti variabel kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 48,5% terhadap keputusan pembelian dan hasil uji t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 7,288.

Hasil ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Kotler & Amstrong (2008) produsen yang memperhatikan kualitas produk akan membuat konsumen bersikap loyal sehingga penjualan produknya cenderung naik.

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini dipengaruhi beberapa faktor yaitu ketahanan produk lebih dari 5 tahun (daya

tahan), kesesuaian produk dengan kualitas yang ditawarkan (keseuaian dengan spesifikasi), desain produk yang menarik dan berbeda (keistimewaan), produk memiliki jaminan kualitas dan tidak cacat (reabilitas) dan produk memiliki daya tarik corak (estetika).

Word of mouth memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk mebel CV Aulia Jati Indofurni. Terlihat pada nilai koefisien regresi sebesar 0,591 yang berarti variabel *word of mouth* memiliki pengaruh sebesar 59,1% terhadap keputusan pembelian dan hasil nilai uji t hitung lebih besar dari nilai t tabel sebesar 10,272. Serta dari nilai

Hasil ini sesuai dengan teori yang disampaikan Ali Hasan (2010) *word of mouth* menjadi sumber informasi yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini dipengaruhi beberapa faktor yaitu mudahnya mendapatkan informasi terkait produk, rekomendasi secara lisan dari orang lain terkait keunggulan produk.

Kualitas produk dan *word of mouth* mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian pada produk mebel CV Aulia Jati Indofurni, namun *word of mouth* lebih dominan berpengaruh. Hasil ini terlihat dari hasil nilai uji regresi dari variabel *word of mouth* sebesar 0,505 dan untuk variabel kualitas produk sebesar 0,116. Serta hasil nilai perhitungan koefisien determinasi sebesar 52,8%. Dengan hasil tersebut maka dapat diindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas produk dan *word of mouth* maka

semakin tinggi pula keputusan pembelian pada produk mebel CV Aulia Jati Indofurni.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan dengan hasil sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk akan meningkat pula keputusan pembelian.
2. Variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin meningkatnya *word of mouth* maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.
3. Variabel kualitas produk dan *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana *word of mouth* memiliki pengaruh paling besar dibandingkan dengan kualitas produk.

Saran

Penulis menyarankan supaya CV Aulia Jati Indofurni untuk meningkatkan produksi dalam hal variasi desain, khususnya desain yang selaras dengan perkembangan zaman. Tak hanya desain saja, perlu ditambahkan variasi warna dan corak yang beragam sehingga konsumen semakin banyak memiliki variasi pilihan. Tambahkan pula ukiran-ukiran yang memperlihatkan kekhsan mebel CV Aulia Jati Indofurni.

Kemudian pada bagian *quality control* CV Aulia Jati Indofurni harus melakukan pengecekan produk sebelum dipasarkan untuk memastikan kualitas produknya sehingga menjaga jaminan kualitas produk.

Sedangkan untuk strategi *word of mouth*, perlu adanya media sosial sebagai awadah komunikasi antara CV Aulia Jati Indofurni dengan konsumen, sehingga komunikasi akan selalu terjadi dan menjaga hubungan terhadap konsumen.

Pada media sosial pun, perlu dikembangkan dengan pembuatan konten yang berisi seputar furniture, contohnya cara merawat furniture dan cara memilih furniture yang baik. Sehingga konsumen memiliki ketertarikan terhadap produk mebel CV Aulia Jati Indofurni.

Daftar Referensi

Hasan, Ali. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut Word Of Mouth Marketing*. Yogyakarta. Media Presindo

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta