

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Meubel atau Furniture adalah perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kusi meja dan lemari. *Meubel* berasal dari kata movable, yang artinya bisa bergerak. Sedangkan kata furniture berasal dari bahasa Prancis *fourniture* (1520-30 Masehi). Furniture mempunyai asal kata *fournir* yang artinya *furnish* atau perabot rumah atau ruangan. Walaupun meubel dan furniture punya arti yang beda, tetapi yang ditunjuk sama yaitu meja, kursi, lemari, dan seterusnya. Dalam kata lain, meubel atau furniture adalah semua benda yang ada di rumah dan digunakan oleh penghuninya untuk duduk, berbaring, ataupun menyimpan benda kecil seperti pakaian atau cangkir. Meubel terbuat dari kayu, papan, kulit, sekrup, dll. (<http://id.wikipedia.org/wiki/mebel>, 05-januari-2013).

Meubel bukan hanya bermanfaat untuk kenyamanan dan kerapian rumah saja tetapi juga mengusung makna-makna sosial yang menegaskan status sosial. Memang ada kursi yang berfungsi sebagai tempat duduk semata, tetapi ada kursi yang menegaskan kekuasaan. Karena itu dikenal kursi raja, kursi direktur, tahta. Dalam Bahasa Indonesia juga dikenal istilah "berebut kursi" yang artinya "berebut kekuasaan". Karena kursi juga mempunyai arti kekuasaan, maka kursi kekuasaan berlainan dengan kursi yang hanya sebagai tempat duduk. Kursi Raja penuh dengan ukir-ukiran yang rumit. Dan di istana, kursi raja paling bagus dan

paling besar. Kursi bawahan raja, harus lebih sederhana dan kecil, walaupun secara finansial mampu menyediakan kursi yang lebih bagus.

Bagaimana makna mebel pada zaman sekarang, dimana sudah jarang ada status raja. Kursi bisa dijadikan sarana menyampaikan status ekonomi seseorang. Seseorang tidak nampak kaya sampai dia menampakkannya dalam bentuk meubel yang mewah. Biasanya meubel mewah itu adalah meubel klasik. Meubel minimalis juga bisa mewah jika bahannya mahal, misalnya dari kayu jati berdiameter besar dan berukuran besar. Tanpa berbicara secara verbal, kursi sudah berbicara bahwa pemilik meubel ini adalah orang kaya.

Semakin berkembangnya zaman, maka macam-macam rupa furniture semakin lengkap dari harga yang paling murah hingga yang paling mahal sekalipun. Seringkali kita jumpai toko-toko furniture ramai di dikunjungi oleh para pembeli, apalagi mendekati perayaan hari besar. Hal inipun dimanfaatkan oleh para pengusaha furniture untuk berlomba-lomba menciptakan berbagai desain untuk furniture dari mulai kasur, meja makan, meja untuk diruang tamu, lemari, meja belajar dan perabot rumah tangga yang lainnya.

Apa yang dilakukan oleh para pembeli tersebut tak lepas dari pengaruh aktivitas, minat dan opini masyarakat terhadap barang yang akan mereka beli. Mereka membeli perabot yang beraneka macam bentuk dan harganya dikarenakan banyak hal, ada yang memang membeli dikarenakan butuh dan ada yang membeli dikarenakan untuk gaya hidup atau lebih ke nilai *pretise* yang ingin diperlihatkan merek melalui produk yang mereka beli.

Perkembangan industri furniture di Indonesia selama ini tidak lepas dari berbagai kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah. Pemberian kemudahan dalam berinvestasi dan perolehan bahan baku kayu log, mendorong industri furniture semakin berkembang, bahkan industri-industri furniture yang sempat terpuruk dimasa krisis kini mulai bangkit kembali.

Sementara itu kebutuhan furniture di dalam negeri juga terlihat cenderung meningkat, sejalan dengan mulai membaiknya bisnis properti di Indonesia. Karena sebagaimana diketahui kebutuhan akan rumah tinggal yang sehat juga terlihat semakin meningkat dan secara tidak langsung kebutuhan akan perabotan rumah tangga pun akan meningkat pula. Salah satu perlengkapan rumah tangga yang dibutuhkan antara lain adalah furniture, baik berupa perlengkapan ruang tamu, perlengkapan ruang tidur, perlengkapan ruang dapur dan perlengkapan ruang belajar. Perlengkapan furniture yang dimanfaatkan untuk tempat tinggal umumnya adalah terbuat dari bahan dasar kayu dimana jenis ini memang sudah lama menjadi bahan dasar dalam pembuatan furniture di Indonesia.

Selain rumah tinggal, perkantoran, hotel serta bangunan komersial lainnya, juga merupakan jenis bangunan yang membutuhkan furniture dengan pemanfaatan yang relatif sama dengan rumah tinggal hanya berbeda dalam kualitasnya saja.

Sementara itu pasaran ekspor furniture Indonesia, terlihat mulai membaik kembali, setelah tahun lalu sempat mengalami penurunan. Tanda-tanda mulai membaiknya kembali pasar ekspor tersebut antara lain terlihat dalam triwulan pertama tahun 2002 dimana minat kalangan pembeli dari pasar lama, Eropa Barat

dan Amerika Serikat meningkat lagi setelah mengalami penurunan pada pasca tragedi di WTC 11 September tahun 2001 lalu. Berdasarkan data BPS, nilai ekspor furniture Indonesia ke AS masih meningkat 31, 55 %, yakni dari US\$ 424,9 juta pada tahun 2000 menjadi US\$ 438.3 juta pada tahun 2001.

Gambaran mulai membaiknya kembali bisnis furniture di Indonesia, juga terlihat dari jumlah anggota ASMINDO yang pada tahun 1998 lalu berjumlah 531 perusahaan dan pada tahun 2002 ini menjadi 800 perusahaan. (<http://binaukm.com/2010/04/industri-furniture-dalam-ekonomi-indonesia/.05>, Januari, 2013).

Seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup orang telah banyak berubah. Penerapan desain yang canggih sudah mulai merasuk kedalam kehidupan masyarakat Indonesia sekarang ini. Keindahan ruang secara keseluruhanpun menjadi perhatian, pemilihan furniture serta pernak pernik dan aksesoris yang sesuai menjadi pilihan yang mendatangkan kepuasan bagi pemilik rumah. Semua dapat diciptakan sesuai dengan pilihan pemilik rumah. Dengan demikian gaya interior rumah dapat mengekspresikan gaya hidup penghuninya.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi untuk varians- varians baru pada suatu produk. Proses pengambilan

keputusan pembelian yang rumit seringkali melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan. Persaingan yang begitu ketat sekarang ini membuat perusahaan - perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga mampu memenangkan pasar. Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen akan memberi sumbangsih bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Artinya ketika suatu produk hendak diproduksi, jauh sebelumnya telah diketahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2008 :170) gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya. Gaya hidup melibatkan pengukuran dimensi AIO utama pelanggan. Activity/kegiatan (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga dan acara social). Interest/Minat (Makanan, Pakaian, Keluarga) dan Opinion/Pendapat (Tentang mereka, masalah social, produk dan bisnis).

Sebagai bahan acuan penelitian terdahulu, peneliti mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ratna Yuliana (2011) tentang pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian pada batik tulis Danar Hadi Diponogoro Surabaya, menjelaskan terdapat pengaruh yang signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Serta jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ivane Eka

Chriesmaya (2012) mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan konsumen dalam memilih minimarket di Malang. Adapun hasil penelitiannya adalah terdapat pengaruh secara simultan dari variable gaya hidup terhadap keputusan konsumen dalam memilih minimarket di Malang.

Dari uraian diatas. Maka peneliti meneliti "*Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Furniture Surya Jaya Di Kota Palembang*". Toko Surya Jaya sengaja dipilih sebagai tempat penelitian dikarenakan Surya Jaya termasuk salah satu toko furniture yang paling lama berdiri di wilayah segaran, dimana toko Surya Jaya telah berdiri sejak tahun 1989. Disisi lain berdasarkan pemantauan peneliti toko Surya Jaya termasuk toko yang menjual furniture lebih lengkap dibanding toko lainnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Gaya Hidup (Dimensi Activity, Interest dan Opinion) terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Surya Jaya Furniture di kota Palembang ?
2. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Surya Jaya Furniture di kota Palembang?

C. Hipotesis

1. Gaya hidup (dimensi activity, interest dan opinion) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian konsumen pada toko Surya Jaya Furniture di kota Palembang.
2. Diduga bahwa variabel gaya hidup dimensi Opinion berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Surya Jaya Furniture di Palembang.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup (dimensi activity, interest dan opinion) terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko furniture Surya Jaya di kota Palembang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Surya Jaya Furniture di Kota Palembang.
- 3.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

- a. Memperluas wawasan peneliti terhadap fenomena – fenomena yang terjadi dalam pemasaran.

- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori – teori yang didapat selama di perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia nyata.

2. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai sumbangan informasi untuk menyusun strategi perusahaan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengantisipasi masalah perusahaan dibidang pemasaran.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah informasi dan referensi yang bisa bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini tergolong sebagai jenis penelitian studi kasus dikarenakan memusatkan penelitian secara mendalam atas masalah yang diteliti dalam hal ini Pengaruh Gaya Hidup (Dimensi Aktivitas, Minat dan Opini) terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko furniture Surya Jaya di kota Palembang.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli di toko furniture Surya Jaya di kota Palembang.

b. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah salah satu metode nonprobabilitas dengan *purposive sampling* yaitu mengambil sampel dari populasi berdasarkan dengan kriteria tertentu. (Hartono, Jogiyanto, 2007:78). Dalam hal ini kriteria yang dimaksud adalah pembeli di toko Surya Jaya Furniture yang sudah 2 kali melakukan pembelian barang-barang furniture. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan adalah 100 sampel.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek dalam hal ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian furniture di toko Surya Jaya Furniture Palembang.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam hal ini adalah Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada toko Surya Jaya Furniture di kota Palembang.

4. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden pembeli furniture di toko Surya Jaya Palembang yang terletak di Jl. Segaran No.153 Palembang. Dalam hal ini data primer diperoleh dari jawaban para responden atas beberapa pernyataan dalam kuesioner mengenai pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen

pada toko Surya Jaya Furniture di Palembang. Jenis data yang digunakan adalah data interval, dinyatakan dalam angka mulai dari skala terkecil sampai dengan yang terbesar, selain itu mempunyai jarak yang sama antara angka yang satu dengan angka yang lainnya,

1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Netral

4 = Setuju 5 = Sangat setuju.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yaitu : Jurnal UI dan buku-buku manajemen pemasaran.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner ini disusun dalam bentuk daftar pernyataan dengan bantuan skala likert. Skala ini digunakan mengukur respons subyek ke dalam 5 poin skala dengan interval yang sama.

1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju

3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat setuju

b. Wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan pada saat peneliti meminta data kepada perusahaan yang diteliti, dalam hal ini toko Surya Jaya Furniture Palembang. Wawancara dilakukan peneliti kepada pemilik toko Surya Jaya Furniture Palembang.

6. Teknik Analisis Data.

Untuk perhitungan statistik dalam penelitian ini digunakan program SPSS 17. Analisis yang digunakan adalah deskriptif dimana dalam analisis ini biasanya menampilkan tabulasi frekuensi, namun menampilkan besaran statistik yang akan dideskripsikan pada sebuah variabel. Seperti deskriptif usia responden. (Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, 2001:119). Selain itu teknik analisis lain yang digunakan yaitu teknik analisis Regresi Linear Berganda.

G. Sistematika Penulisan.

Garis besar dari kelima bab dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN.

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang permasalahan, Perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI.

Bab ini menjelaskan dan menguraikan mengenai pengertian dan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Adapun teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini pengertian pemasaran, pengertian perilaku konsumen, faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, gaya hidup dan proses keputusan pembelian.

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai gambaran secara umum perusahaan yang di teliti dalam hal ini toko Surya Jaya Furniture di kota Palembang. Gambaran umum ini menyangkut sejarah singkat toko Surya Jaya Furniture, Visi, misi, struktur organisasi perusahaan.

BAB IV ANALISIS dan PEMBAHASAN.

Pada bab ini dilakukan analisis dan pembahasan data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden sesuai dengan teori-teori dan permasalahan yang didapat pada saat pembagian kuesioner. Analisis data akan dilakukan berdasarkan hasil perhitungan persentase jawaban atas kuesioner yang telah disebarkan pada sampel yang telah ditentukan pada penelitian.

BAB V. SIMPULAN dan SARAN.

Pada bab ini akan diuraikan mengenai:

1. Kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan penelitian berdasarkan hasil analisis dan pembahasan.
2. Saran yang merupakan anjuran- anjuran dari peneliti yang dapat dijadikan suatu masukan dan pertimbangan bagi perusahaan yang di teliti dalam hal ini ” toko Surya Jaya Furniture di kota Palembang”.