

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Furnitur merupakan salah satu komoditas strategis bagi ekonomi Indonesia. Beberapa kriteria yang menjadikan furnitur sebagai komoditas strategis karena furnitur merupakan produk yang bernilai tambah tinggi dan berdaya saing global. Produk furnitur Indonesia berdaya saing karena tidak saja Indonesia memiliki sumber bahan baku alami yang melimpah dan berkelanjutan, namun juga didukung oleh keragaman corak dan desain yang berciri khas lokal serta ditunjang oleh sumber daya manusia (SDM) yang cukup kompeten. Melimpahnya bahan baku yang tersebar diseluruh Indonesia menjadi keunggulan yang tidak dimiliki negara lain, berupa kayu, rotan maupun bambu. Tingginya daya saing furnitur Indonesia juga karena desain yang unik serta bahan baku yang khas seperti rotan, bambu, dan kayu jati dibandingkan furnitur yang diproduksi oleh Negara lain.

Springbed merupakan salah satu kebutuhan yang tidak terlepas dari kehidupan manusia, khususnya masyarakat kota Kupang (NTT) springbed fungsi sebagai tempat tidur atau berbaring yang terdiri dari bahan kain atau plastik, berisi kapuk, karet busa dan ditutupi dengan kain luar atau kain kasur.

Toko Praiya Furniture merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang industri meubel yang berlokasi di jalan Timor Raya Km 10 Kecamatan Kelapa Lima, Kabupaten kota Kupang. Toko Praiya Furniture secara struktur organisasi jabatan general manager dipimpin oleh Bpk Yusulton Agus Pitono. Toko Praiya Furniture

memproduksi beberapa kebutuhan rumah tangga dan peralatan kantor antara lain, Springbed, kursi plastik, lemari plastic, meja dan lain- lain. Dan perlengkapan kantor seperti, meja, kursi, lemari. Dalam hal penelitian ini penulis menelitikberatkan pada produk springbed khususnya Matras. Toko Praiya Furniture senantiasa yang menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibanding produk pesaing, Salah satunya springbed yukata, yukata dibuat dengan standar kualitas Jepang. Baik pemilihan material dan proses pembuatannya, semua melalui kualifikasi yang terstndar.

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam sebuah pemasaran. Harga dapat dinyatakan dalam berbagai istila misalnya iuran, tariff, sewa, bunga, premium, komisi, upa, gaji, honorarium, spp, dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang dityukarka agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang barang dan jasa (Tjipto, 2016 : 218).

Menurut Kotler dan Keller (2018:172) merek adalah nama, istilah, lambang, atau desain atau kombinasinya, yang di maksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual dan mendiferensiasikan mereka dari pesaing.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016 : 179) Keputusan pembelian merupakan suatu proses menyeleyesaikan masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Tabel 1.1

**Data penjualan Springbed di Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang
2020-2023**

Tahun	Merek	Harga(Rp)	Terjual
2020	1. Matras	1.300.000	25
	2. Hachi	340.000	19
	3. Twin	3.350.000	3
	4. Alfa	875.000	1
2021	1. Matras	1.400.000	122
	2. Hachi	350.000	55
	3. Twin	2.700.000	1
	4. Alfa	1.500.000	6
	5. Wildan	950.000	26
	6. Bigfoam	2.250.000	4
	7. Delta	1.252.000	7
2022	1. Matras	1.500.000	20
	2. Hachi	350.000	15
	3. Twin	3.350.000	1
	4. Bigfoam	-	-
	5. Sp 88	425.000	6
	6. Boxi Flower	3.350.000	1
	7. Delta	1.350.000	1
	8. Wildan	1.000.000	2
2023	1. Matras	1.600.000	21
	2. Hachi	320.000	17
	3. Twin	4.050.000	1
	4. Bigfoam	2.200.000	1
	5. Sp 88	-	-
	6. Boxi Flower	-	-
	7. Delta	1.625.000	1
	8. Wildan	875.000	1
	9. Cocovid	600.000	7
	10. Yukata	2.850.000	2
	11. Superfit	1.250.000	2

Sumber Data : Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang (2020-2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas terlihat bahwa posisi harga terenda ditahun 2020 yaitu Hachih, harga tertinggi yaitu Twin, dan merek yang paling laris yaitu Matras.

2021 harga terenda Hachi, harga tertinggi Bigfoam, dan yang terlaris Matras. 2022 harga terenda Hachi, harga tertinggi Boxi flower, dan yang terlaris Matras. 2023 Harga terenda Hachi, harga tertinggi Twin, dan yang terlaris Matras. Jadi setiap tahun merek yang paling terlaris di duduki oleh merek Matras.

Di Toko Praiya Furniture Oesapa kota Kupang merek spring bed yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat dan harga spring bed yang ditawarkan oleh toko praiya furniture oesapa kota Kupang sangat terjangkau sesuai jenis bagi masyarakat kalangan bawa, menenga, dan kalangan atas. Keterkenalan merek dan harganya yang terjangkau membuat spring bed Matras menempati posisi pertama di setiap tahunnya. Dimana posisi pertama yang ditempati oleh spring bed Matras dapat dilihat pada tabel merek spring bed berikut ini:

Tabel 1.2
Data penjualan Springbed Di Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang
2020-2023 (%)

Tahun	Merek	Harga (Rp)	Terjual (%)
2020	1. Matras	1.300.000	52
	2. Hachi	340.000	40
	3. Twin	3.350.000	6
	4. Alfa	875.000	2
			100
2021	1. Matras	1.400.000	55
	2. Hachi	350.000	25
	3. Twin	2.700.000	0
	4. Alfa	1.500.000	3
	5. Wildan	950.000	12
	6. Bigfoam	2.250.000	2
	7. Delta	1.252.000	3
			100
2022	1. Matras	1.500.000	43
	2. Hachi	350.000	33
	3. Twin	3.350.000	2
	4. Bigfoam	-	0
	5. Sp 88	425.000	13
	6. BoxiFlower	3.350.000	2
	7. Delta	1.350.000	2
	8. Wildan	1.000.000	4
			100
2023	1. Matras	1.600.000	40
	2. Hachi	320.000	32
	3. Twin	4.050.000	2
	4. Bigfoam	2.200.000	2
	5. Sp 88	-	0
	6. Boxi Flower	-	0
	7. Delta	1.625.000	2
	8. Wildan	875.000	2
	9. Cocovid	600.000	13
	10. Yukata	2.850.000	4
	11. Superfit	1.250.000	4
			100

Berdasarkan tabel 1.2 di atas terlihat bahwa posisi puncak pada tahun 2020-2023 diduduki oleh Matras, dari data market share di atas dapat terlihat bahwa pada tahun 2020 matras menguasai pangsa pasar sebesar 52%, pada tahun 2021 matras masih menguasai pangsa pasar, terjadi peningkatan sebesar 55%, pada tahun 2022 matras masih menguasai pangsa pasar, terjadi peningkatan sebesar 43% dan pada tahun 2023 matras masih mempertahankan pangsa pasar, terjadi peningkatan sebesar 40%. Dari data penjualan di atas juga di pengaruhi oleh merek-merek lainnya dengan produk yang sama.

Peneliti terdahulu dilakukan oleh Yohana Dian Puspita dan Ginanjar Rahmawan (2021) dengan judul “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier”. Hasil penelitian ini adalah nilai f-hitung sebesar 61,687 dengan probabilitas 0,000 dan nilai t-hitung untuk variabel kualitas produk dan citra merek kurang dari alpha 0,05 sedangkan variabel harga lebih alpha 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk garnier Surakarta, sedangkan harga tidak pengaru yang positif akan tetapi signifikan terhadap keputusan pembelian produk Garnier di Surakarta.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Steffanie Anggie dan Sonata Christian (2018), dengan judul “Citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian rumah di citraland Surabaya. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan dari uji F adalah sebesar 0,000 yang berarti $< 0,5$, sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian ini layak digunakan. Hasil uji T menunjukan hasil signifikansi untuk citra merek

sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat dikatakan citra merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di citraland Surabaya. Untuk variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka variabel harga juga dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di citraland Surabaya.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan hasil penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut : pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian spring bed pada Toko Praiya furniture Oesapa Kota Kupang.

1.3 Persoalan penelitian

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang?
2. Apakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang?
3. Apakah harga dan merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang?

1.4 Tujuan dan manfaat penelitian

1.4.1 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang.

- c. Untuk mengetahui apakah harga dan merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang.

1.4.2 Manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

- a. **Manfaat akademik.**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan pada bidang pemasaran pada mahasiswa terkhususnya tentang keputusan pembelian yang dihubungkan dengan harga dan merek pada objek Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang. Serta dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi para peneliti selanjutnya pada kajian yang sama namun berbeda pada ruang lingkungannya.

- b. **Manfaat praktis.**

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat digunakan sebagai masukan atau referensi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dimasa mendatang dengan merek barang sesuai dengan tren.