

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Singkat Objek Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung terletak pada posisi 111 43' sampai dengan 112 07' Bujur Timur dan 7 5' sampai dengan 8 18' Lintang Selatan.<sup>54</sup> Batas wilayah disebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Kediri tepatnya dengan Kecamatan Kras. Di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Blitar. Di sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Trenggalek. Luas wilayah Tulungagung mencapai 1.150,41 km dan terbagi menjadi 19 kecamatan dan 271 desa atau kelurahan.

Lokasi CV. Jati Mulya berada di dusun Patik Reco, RT 03 RW 07 desa Jatimulyo kecamatan Kauman kabupaten Tulungagung Jawa timur. Karena lokasinya yang terbilang cukup jauh dari Perkotaan, CV. Jati Mulya menerapkan strategi dalam upaya agar masyarakat mengetahui lokasi CV. Jati Mulya.

---

<sup>54</sup>Kabupaten Tulungagung dalam Angka, (Tulungagung, Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2004) hlm. 3

## **2. Profil Perusahaan**

### **a. Sejarah industri Mebel CV. Jati Mulya**

Melihat adanya peluang untuk mengembangkan usaha di Tulungagung yang cukup menjanjikan, Bapak Joko Supriyono membuka usaha kerajinan Mebel dengan nama “Mebel Jati Pak Joko” pada Tahun 1995. Beliau dengan gigih dan penuh perjuangan mengalami jatuh bangun pada saat awal merintis usaha, sampai pernah hampir gulung tikar. Tetapi beliau tidak pernah patah semangat dan selalu mempunyai keyakinan kuat bahwa kedepan usahanya dapat tumbuh dan berkembang.

Konsep usaha Pak Joko ini yaitu memproduksi produk mebel dengan bahan kayu jati yang berkualitas dan menjualnya kepada konsumen ataupun kepada Mebel lain. Pada awalnya usaha ini berdiri dengan hanya mempekerjakan dua orang yang merupakan warga sekitar. Bapak Joko Supriyono merupakan orang yang sangat terampil dalam mengolah kayu dan mempunyai keahlian membuat berbagai ukiran dari kayu jati. Dengan usaha yang gigih dan modal pas-pasan, beliau terus mengembangkan usahanya dan seiring bertambahnya permintaan Pak Joko pun menambah satu demi satu karyawan.

Pada Tahun 2005 usaha yang bernama “Mebel Jati Pak Joko” ini mengurus ijin resmi hingga merubah namanya menjadi CV. Jati Mulya dan pada saat itu usaha Bapak Joko diteruskan kepemimpinannya oleh anak semata wayangnya yang bernama Deni

Susanto. CV. Jati Mulya Tulungagung tidak mencari laba yang besar, Pimpinan berpendapat laba tidak perlu besar tapi penjualan yang besar. Dengan laba yang tidak besar tetapi dengan penjualan yang besar secara tidak langsung laba menjadi besar. Meubel CV. Jati Mulya yakin masyarakat bisa memilih dan membedakan barang dengan kualitas dan harga yang tepat.

Hingga pada Tahun 2019 CV. Jati Mulya mempunyai total karyawan sebanyak 10 orang. Produk Mebel buatan CV. Jati Mulya juga sudah meluas tidak hanya di wilayah Pulau Jawa saja tetapi sudah ke luar Provinsi bahkan ada produk yang sudah di ekspor ke luar Negeri contohnya Malaysia dan Australia.

## **b. Visi dan Misi Usaha**

### **1) Visi**

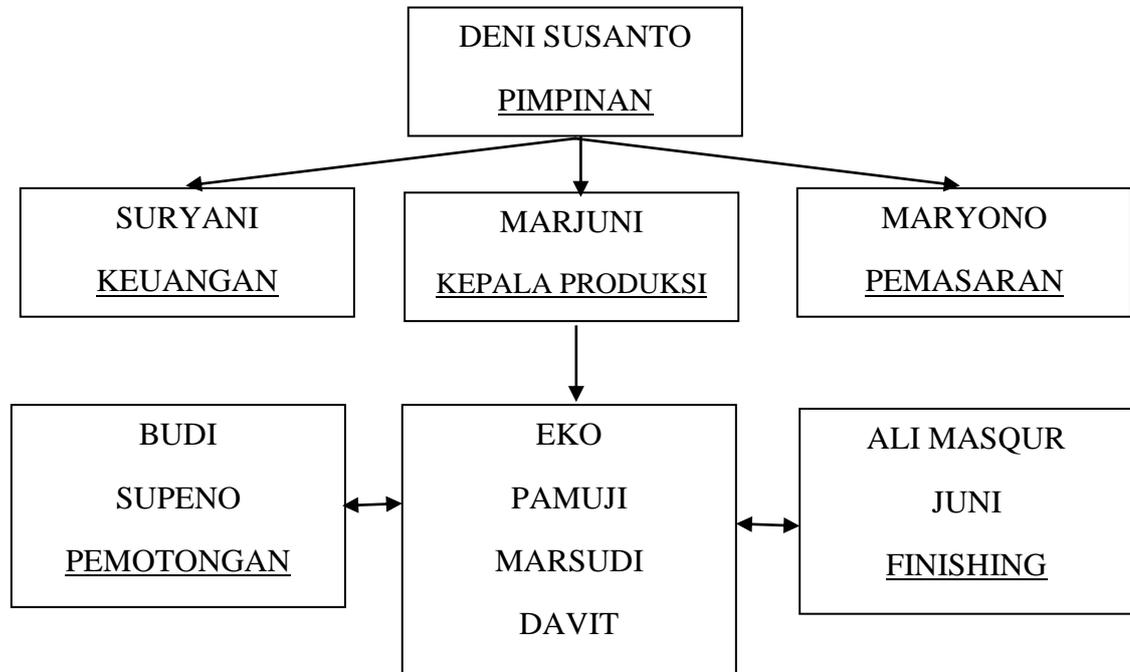
Menjadi Perusahaan Industri Mebel yang Profesional dan menghasilkan Produk yang berkualitas

### **2) Misi**

- a) Menghasilkan produk berkualitas
- b) Menyelesaikan pekerjaan dan pesanan dengan tepat waktu
- c) Selalu menjaga kualitas bahan baku
- d) Mengutamakan standar keamanan karyawan
- e) Selalu memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan

### c. Struktur Organisasi

Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Jati Mulya



Sumber: Pimpinan CV. Jati Mulya

### B. Paparan Data

Paparan data ini akan memberikan gambaran dari pengumpulan data di lapangan yang akan membahas mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di CV. Jati Mulya kauman Tulungagung. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Pada CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung juga telah menerapkan strategi pemasaran khususnya yaitu strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, lokasi, harga dan promosi.

## **1. Pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di CV. Jati Mulya Kauman Kauman Tulungagung**

### **a. Produk**

Produk merupakan kombinasi “barang dan jasa” yang ditawarkan kepada pasar. Adapun cara penawaran produk yang dilakukan oleh CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung Adalah:

#### **1) Menjelaskan Keunggulan Produk**

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Deni Susanto Pimpinan CV. Jati Mulya yang mengungkapkan bahwa:

Untuk penawaran produk kepada calon konsumen, biasanya kami menjelaskan dulu apa saja kelebihan produk Mebel Jati Mulya daripada produk di Mebel lain. Kelebihan produk kami diantaranya barang berbahan kayu jati asli yaitu jati lokal berkualitas dan mutu sudah terjamin. Tekstur kayunya halus dan berserat tajam, bisa ditambah seni ukir yang unik dan menarik, terlihat elegan dan berkelas.<sup>55</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

Penawaran produk kepada calon konsumen dengan terlebih dahulu menjelaskan keunggulan produk di bandingkan dengan produk yang lain. Disini produknya dibuat dari kayu jati yang berkualitas.<sup>56</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Marjuni yang mengungkapkan bahwa:

Kami menawarkan produk yang memiliki keunggulan dibandingkan tempat lain, Disini produknya dibuat dari kayu jati yang berkualitas. Pengerjaan yang halus ditambah

---

<sup>55</sup>Wawancara dengan Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>56</sup>Wawancara dengan Maryono, bagian pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya, tanggal 12 Maret 2019

seni ukiran kayu yang menjadi ciri khas produk kami memberi nilai lebih dibandingkan yang lain.. Karena tidak semua pengrajin mebel mempunyai keahlian seni ukir kayu.<sup>57</sup>

Bapak Riski Satrio (Konsumen) menuturkan:

Saya memutuskan membeli produk di CV. Jati Mulya ini karena produknya punya kelebihan dari yang lain. Disana produknya dibuat dari bahan kayu jati yang bagus. Kayunya keras dan kokoh. Dikerjakan dengan baik sehingga hasilnya terlihat sangat halus dan terkesan mewah ditambah lagi dengan seni ukir yang unik dan saya suka.<sup>58</sup>

Hal senada juga di ungkapkan oleh Ibu Masruroh (konsumen):

Tersedia banyak model yang bagus-bagus, disana produknya dibuat dari bahan kayu jati yang bagus. kayunya keras dan kokoh. Dikerjakan dengan baik sehingga hasilnya terlihat sangat halus. Ditambah seni ukirannya menambah keindahan produk.<sup>59</sup>

Bapak Ilyas (Konsumen) juga mengungkapkan hal senada:

Disana Saya lihat ada banyak pilihan yang modelnya bagus. bahan yang digunakan bagus yaitu kayu jati yang terkenal keawetannya. Pengerjaannya halus dan sangat rapi.<sup>60</sup>

Dari penjelasan narasumber-narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melaksanakan penawaran produk kepada calon konsumen, CV. Jati Mulya menggunakan metode penjelasan terlebih dahulu terkait keunggulan produk-produknya bila

---

<sup>57</sup>Wawancara dengan Marjuni, bagian produksi CV. Jati Mulya di kediamannya, tanggal 15 Maret 2019

<sup>58</sup>Wawancara dengan Bapak Riski Satrio konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya, tanggal 19 Maret 2019

<sup>59</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya, Tanggal 20 Maret 2019

<sup>60</sup>Wawancara dengan Bapak Ilyas konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya Tanggal 23 Maret 2019

dibandingkan dengan produk industri mebel lain. Adapun keunggulannya yaitu Mebel CV. Jati Mulya memproduksi barang berbahan kayu Jati yang berkualitas, dikerjakan oleh tangan-tangan terampil sehingga produk yang dihasilkan halus dipadukan dengan keterampilan seni ukir yang dimiliki pegawai CV. Jati Mulya yang belum tentu dimiliki oleh produsen lain.

## 2) Produk yang beragam

Produk yang dibuat oleh CV. Jati Mulya tidak terbatas hanya kursi dan lemari. Tempat tidur, hiasan dinding, figura, seni ukir barongan, patung dari kayu jati, dan lain sebagainya mampu diproduksi. Selain itu CV. Jati Mulya juga melayani pesanan mebel dengan model sesuai dengan keinginan pelanggan.

Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Deni Susanto bahwa:

Produksi yang diolah yaitu meja, kursi, almari, tempat tidur, hiasan dinding dari kayu, membuat barongan, patung dari kayu jati dan masih banyak lagi disesuaikan dengan permintaan pelanggan juga bisa.<sup>61</sup>

Bapak Maryono menjelaskan :

Kami memproduksi banyak macam, yang diolah yaitu meja, kursi, almari, tempat tidur, hiasan dinding dari kayu, membuat barongan, patung dari kayu jati. Kami juga melayani pesanan dengan model yang diinginkan pelanggan.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup>Wawancara dengan Bapak Deni susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>62</sup>Wawancara dengan Bapak Maryono, bagian pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

Hal senada juga dijelaskan oleh Bapak Marjuni :

Produk yang biasa dikerjakan yaitu meja dan kursi, tempat tidur, almari, hiasan dinding dari kayu, membuat barongan, patung dari kayu jati dan lain sebagainya. Disini sudah tersedia banyak stok produk yang siap beli. Tetapi kami juga melayani pesanan produk dengan model yang diminta pelanggan.<sup>63</sup>

Selain mewawancarai pihak CV. Jati Mulya, untuk memastikan data tersebut benar, peneliti juga mewawancarai para pelanggan CV. Jati Mulya terkait produk apa saja yang pernah dibeli.

Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Ilyas bahwa:

Produk yang saya beli meja dan kursi serta figura dari kayu jati.<sup>64</sup>

Ibu Masruroh menjelaskan :

Produk yang saya beli diantaranya tempat tidur, meja dan kursi.<sup>65</sup>

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil observasi peneliti pada tanggal 18 Maret 2019, peneliti melihat secara langsung produk-produk yang dibuat oleh CV. Jati Mulya memang tersedia beragam mulai dari meja, kursi, almari, tempat tidur, barongan, patung kayu, figura, ada juga yang terbaru yaitu gazebo.<sup>66</sup>

---

<sup>63</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, bagian produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>64</sup>Wawancara dengan Bapak Ilyas, konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 23 Maret 2019

<sup>65</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

<sup>66</sup>Observasi di lokasi CV. Jati Mulya pada tanggal 18 Maret 2019

### 3) Produk yang berkualitas

Selain produk yang beragam, kualitas produk juga menjadi salah satu strategi pemasaran CV. Jati Mulya dalam meningkatkan keputusan pembelian. Bapak Deni Susanto mengatakan :

Untuk kualitas produk disini pekerjaanya sudah terampil dan berpengalaman. Maka produk yang dihasilkan halus, modelnya bisa bermacam-macam dan juga bisa sesuai keinginan pelanggan. Bahan baku kami juga terjaga mutunya yaitu kayu jati yang berkualitas.<sup>67</sup>

Bapak Marjuni menjelaskan :

kami selalu berusaha menciptakan produk dengan kualitas sebaik mungkin, selalu mencoba berinovasi membuat model yang unik dan mengikuti trend. Dari tahap demi tahap dikerjakan dengan sungguh-sungguh sehingga hasil terlihat rapi dan halus. Kami juga mau membuat produk sesuai dengan model yang diminta pelanggan.<sup>68</sup>

Hal senada juga dijelaskan oleh Bapak Maryono :

Kualitas barang kami tidak perlu diragukan, itu karena pegawai disini terampil dan punya jiwa seni tinggi. Sehingga pengerjaan halus ditambah seni ukiran yang memberi nilai seni tersendiri. Disini tidak boleh membohongi pelanggan soal kualitas bahan. Disini pasti berbahan kayu jati seratus persen. Hal itu dilakukan agar calon konsumen bisa tetap bertahan pada produk dengan keputusan dari calon konsumen sendiri memutuskan produk mana yang dipilih sesuai dengan keinginan dari pihak calon konsumen.

Selain mewawancarai pihak CV. Jati Mulya, Peneliti juga mewawancarai para pelanggan untuk mengecek kebenaran data yang diperoleh. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Ilyas bahwa :

---

<sup>67</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>68</sup>Wawancara dengan Bapak marjuni, bagian produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

Kualitas produk CV. Jati Mulya menurut saya bagus. dilihat dari bahan yang dipilih dan pengerjaannya yang rapi. Model yang dihasilkan juga tidak monoton.<sup>69</sup>

Ibu masruroh juga menjelaskan :

Kualitasnya bagus kalau menurut saya. Pengerjaannya halus, bahan bakunya kayu jati asli. Desainnya bagus-bagus.<sup>70</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Riski Satrio :

kualitasnya menurut saya bagus. pengerjaannya halus, bahan bakunya kayu jati asli. Disana selain mebel, dipadukan dengan seni ukir yang unik.<sup>71</sup>

Dari penjelasan narasumber-narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan CV. Jati Mulya berkualitas bagus. Dikerjakan oleh sumber daya manusia yang ahli dibidangnya sehingga produk yang dihasilkan halus dan rapi. Bahan baku yang digunakan juga kayu jati yang berkualitas.

#### b. Tempat

Tempat adalah hal yang penting bagi para konsumen. Tempat mengacu pada penyediaan produk bagi konsumen untuk mengaksesnya. Tempat identik dengan distribusi. Berarti hubungan di mana CV. Jati Mulya harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. CV. Jati Mulya berada di dusun Patik Reco, RT 03 RW

---

<sup>69</sup>Wawancara dengan Bapak Ilyas, konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 23 Maret 2019

<sup>70</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

<sup>71</sup>Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 19 Maret 2019

07 desa Jatimulyo kecamatan Kauman kabupaten Tulungagung Jawa timur. Karena lokasinya yang terbilang cukup jauh dari pusat kota Tulungagung, maka CV. Jati Mulya menerapkan beberapa strategi diantaranya:

1) Kerjasama dengan Toko Mebel

Selain menjual langsung kepada konsumen, CV. Jati Mulya juga bekerja sama dengan toko-toko Mebel di area Tulungagung maupun luar Tulungagung. Yaitu CV. Jati Mulya menitipkan sebagian produknya di toko-toko mebel tujuannya untuk memperkenalkan produk CV. Jati Mulya kepada calon konsumen di berbagai wilayah. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Deni Susanto CV. Jati Mulya yang mengungkapkan bahwa:

Selain menjual langsung kepada konsumen, kami juga bekerja sama dengan toko-toko mebel dengan cara menitipkan produk kami ke toko-toko mebel baik dalam maupun luar kota. Biasanya kami nanti bagi hasil dengan pemilik toko mebel setelah produk terjual.<sup>72</sup>

Bapak Maryono mengungkapkan bahwa :

Untuk memperluas distribusi produk, kami bekerja sama dengan toko-toko mebel khususnya agar calon konsumen dapat membeli produk kami meskipun lokasinya jauh dari CV. Jati Mulya.ada toko yang kami titipi, tapi juga ada toko yang langsung membeli produk dari kami dan dijual lagi di tokonya.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>73</sup>Wawancara dengan Bapak Deni maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

Bapak Marjuni juga mengungkapkan hal senada :

Kami juga biasa membuat pesanan produk dari Toko-toko mebel di Tulungagung maupun diluar kota (Ponorogo, Madiun, Magetan, Pacitan, Solo, Tuban, Bajanegara, Surabaya dll).<sup>74</sup>

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil observasi peneliti pada tanggal 2 April 2019, peneliti melihat dan mengikuti proses pengiriman produk ke toko-toko mebel.<sup>75</sup>

## 2) Pemerataan yang baik serta fasilitas yang baik

Aktivitas penjualan produk karyawan CV. Jati Mulya tidak pilih-pilih lokasi dalam pendistribusian, serta sarana dan prasarana yang lengkap sehingga aman bagi konsumen dan pihak CV Jati Mulya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Deni Susanto CV. Jati Mulya yang mengungkapkan bahwa:

Untuk penjualan produk yang dilakukan karyawan CV. Jati Mulya tidak pilih-pilih lokasi untuk mendistribusikan produk, sarana dan prasarana yang lengkap sehingga aman bagi konsumen dan pihak CV Jati Mulya. Biasanya karyawan kita fasilitasi mobil untuk mengantar produk ke lokasi konsumen.<sup>76</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan

Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

para pegawai tidak pilih-pilih lokasi pendistribusian meskipun hingga pelosok desa, dengan fasilitas yang diberikan oleh CV Jati Mulya.<sup>77</sup>

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>75</sup> Observasi pada tanggal 2 April 2019

<sup>76</sup> Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>77</sup> Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Marjuni yang mengungkapkan bahwa:

Untuk distribusi ke konsumen CV Jati Mulya , para pegawai tidak pilih-pilih lokasi yang penting masih bisa dijangkau, biasanya dengan fasilitas kendaraan yang diberikan oleh CV Jati Mulya.<sup>78</sup>

Untuk pendistribusian produk ke konsumen CV Jati Mulya , para pegawai tidak pilih-pilih lokasi, meskipun hingga pelosok desa, pegawai selalu siap mengantar ke lokasi konsumen dengan fasilitas yang diberikan oleh CV Jati Mulya.

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil observasi peneliti pada tanggal 5 April 2019, peneliti mendengar dan melihat percakapan para pegawai yang berencana mengirim produk ke luar kota.<sup>79</sup>

#### c. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Adapun strategi harga pada CV. Jati Mulya yaitu:

##### 1) Harga sesuai dengan kualitas

Penentuan suatu harga pada produk di CV. Jati Mulya di sesuaikan dengan kualitas bahan baku yang digunakan dan biaya produksi yang dikeluarkan, namun tetap bisa dijangkau oleh

---

<sup>78</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>79</sup> Observasi pada tanggal 5 April 2019

masyarakat khususnya kalangan menengah keatas. Sebagaimana hasil wawancara dengan Deni Susanto CV. Jati Mulya yang mengungkapkan bahwa:

Dalam menentukan harga produk, disesuaikan dengan berapa biaya yang dikeluarkan untuk biaya produksinya seperti harga bahan, biaya pengerjaan, serta tingkat kerumitan pengerjaan. Disini kami memakai kayu jati sebagai bahan pembuatan produk. Bahan kayu jati itu kualitasnya sangat bagus, sehingga harganya lebih mahal. Jadi harga produk pasti juga lebih tinggi. Tetapi konsumen sudah paham dan memahaminya. Apalagi pelanggan yang suka akan Kualitas. pengerjaan produk disini juga tidak perlu diragukan. Pekerja disini sangat telaten dan terampil sehingga produk yang dihasilkan berkualitas.<sup>80</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan

Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

Dalam menentukan harga produk, kami sesuaikan dengan bahan baku dan kualitas produk. Disini kami fokus dengan memakai kayu jati sebagai bahan pembuatan produk. Bahan kayu jati memang lebih mahal dari kayu lain karena memang kualitasnya paling bagus. Jadi harga pasti juga lebih tinggi. Kualitas pengerjaan produk disini juga tidak asal-asalan. Pekerja disini sangat telaten sehingga produk yang dihasilkan halus.<sup>81</sup>

Hal senada diungkapkan dalam hasil wawancara dengan

Bapak Riski Satrio yang mengungkapkan bahwa:

Harga pada produk di CV. Jati Mulya menurut saya sesuai dengan kualitas produknya, memang lebih mahal bila dibanding produk dengan bahan baku kayu lain karena kayu yang paling bagus kan kayu jati jadi wajar apabila lebih mahal. Kata orang itu harga membawa rupa. menyesuaikan bahan baku yang digunakan dan

---

<sup>80</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>81</sup> Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

mempertimbangkan kesulitan pengerjaan, Para pegawai memberitahukan harga dan bentuk produk agar saya sebagai konsumen bisa memilih sesuka hati.<sup>82</sup>

Data tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Ibu Masruroh yang mengungkapkan bahwa:

Harga produk di CV. Jati Mulya menurut saya sesuai dengan kualitas produknya.<sup>83</sup>

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Ilyas yang mengungkapkan bahwa :

Harga pada produk di CV. Jati mulya menurut saya sesuai dengan kualitas produknya. Disana pakai bahan kayu jati jadi wajar kalau lebih mahal harganya bila dibandingkan dengan produk mebel dengan bahan kayu lain.<sup>84</sup>

Dari hasil wawancara dengan para narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan oleh CV. Jati mulya disesuaikan dengan kualitas pengerjaan dan kualitas bahan baku yang digunakan.

## 2) Harga Kompetitif

Penetapan harga suatu produk juga harus mempertimbangkan dengan memperhatikan harga kompetitor. Hal tersebut dapat membantu dalam menentukan harga jual produk Misalnya, apakah produk kompetitor sebanding atau tidak. Dalam menentukan harga produk CV. Jati mulya juga memperhatikan harga kompetitor lain

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 19 Maret 2019

<sup>83</sup> Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

<sup>84</sup> Wawancara dengan Bapak Ilyas, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 23 Maret 2019

supaya perusahaan tidak kehilangan daya saing. Hal tersebut diungkapkan oleh Deni Susanto bahwa :

kami juga memperhatikan harga dengan kompetitor. Jangan sampai harga terlalu tinggi dan tidak bisa bersaing dengan kompetitor, harga harus selalu kompetitif. dalam menjual produk kami tidak mengharap laba yang besar tetapi yang penjualan yang besar. karena saat ini kompetitor di kabupaten Tulungagung sudah mulai banyak. Terutama mebel jati asal jepara yang sudah mulai masuk di Tulungagung.<sup>85</sup>

Bapak Maryono menjelaskan bahwa :

Itu pasti, kita selalu memperhatikan soal harga. Harga juga harus bersaing. Kami juga dalam mencari laba tidak banyak, yang penting produk kami penjualannya lancar. Tidak sampai menginap di gudang lama-lama.<sup>86</sup>

Hal Senada juga diungkapkan oleh Bapak marjuni :

Tentu, karena sekarang sudah banyak industri mebel di Tulungagung, harga kita juga harus menyesuaikan tanpa mengurangi kualitas bahan dan kualitas pengerjaan.<sup>87</sup>

Dalam pemaparan tersebut sudah jelas bahwasannya dalam penentuan harga produk di CV. Jati Mulya memperhatikan harga kompetitor. Hal itu dilakukan agar CV. Jati Mulya bisa bersaing dengan para kompetitor yang mulai banyak bermunculan di Tulungagung, belum lagi mulai masuknya kompetitor dari luar Kabupaten Tulungagung yaitu mebel dari Jepara. Untuk mengecek kebenaran data, maka peneliti juga bertanya kepada para konsumen

---

<sup>85</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>86</sup>Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>87</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

terkait harga yang kompetitif di CV. Jati Mulya. Menurut penjelasan Ibu Masruroh :

Menurut saya harganya tidak berselisih jauh dengan mebel lain.<sup>88</sup>

Hal tersebut diperkuat oleh penjelasan Bapak Ilyas:

Menurut saya harganya masih kompetitif.<sup>89</sup>

Hal senada diungkapkan oleh Bapak Riski Satrio:

Menurut saya harga yang ditawarkan di CV. Jati Mulya tidak berselisih jauh. Masih terbilang harga bersaing. Apalagi bila dibandingkan dengan kualitas produk, CV. Jati Mulya lebih unggul.<sup>90</sup>

Dari keterangan beberapa konsumen CV. Jati Mulya diatas, membuktikan bahwa harga yang ditawarkan CV. Jati Mulya kompetitif.

#### d. Promosi

Promosi penjualan CV. Jati Mulya di lakukan dengan promosi secara *offline* dari mulut ke mulut, promosi dengan menggunakan kartu nama, katalog, mengikuti pameran-pameran. Dalam hal ini karyawan langsung datang ke masyarakat guna menarik, menginformasikan, dan mempengaruhi calon konsumennya, membujuk calon konsumen untuk menjadi konsumen pada produk tersebut dan menjelaskan kembali kepada calon konsumen tentang keunggulan produk di CV Jati Mulya.

---

<sup>88</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

<sup>89</sup>Wawancara dengan Bapak Ilyas, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 23 Maret 2019

<sup>90</sup>Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 19 Maret 2019

Serta promosi secara online yaitu dengan sosial media yaitu membuat akun bisnis di facebook, instagram, whatsapp, dan toko online. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Deni Susanto CV. yang mengungkapkan bahwa:

Produk-produk CV. JATI MULYA di lakukan dengan penjualan pribadi oleh pegawai/marketing serta pemberian katalog produk. Dalam hal ini karyawan langsung datang ke masyarakat dengan membawa katalog produk dan menjelaskan tentang produk di CV. Jati Mulya guna menarik, menginformasikan, dan mempengaruhi calon konsumennya, membujuk calon konsumen untuk menjadi konsumen pada produk tersebut dan menjelaskan kembali kepada calon konsumen tentang keunggulan produk. Kita juga sering mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung, Propinsi, Hingga Pusat. Kami juga bergabung di forum UMKM Nasional. Seiring dengan sudah memasyarakatnya internet, kami juga promosi lewat media online.<sup>91</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

Biasanya kami melakukan promosi dengan penjualan pribadi oleh pegawai serta pemberian katalog produk. karyawan langsung datang ke masyarakat dengan membawa katalog produk dan menjelaskan tentang produk di CV. Jati Mulya. Pelanggan kami dari mulut ke mulut terkadang juga mempromosikan ke orang lain karena senang dengan produk kami. Kita juga sering mengikuti pameran-pameran. Mengikuti perkembangan zaman kami juga promosi lewat media online, kita promosi via group whatsapp, membuat akun facebook dan insagram karena sekarang jamannya serba internet.<sup>92</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Marjuni yang mengungkapkan bahwa:

---

<sup>91</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>92</sup>Wawancara dengan Bapak Riski Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

kami sering mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung dan luar daerah. Kami juga melakukan promosi dengan penjualan oleh pegawai/marketing serta pemberian katalog produk. Pelanggan kami juga biasanya ikut mempromosikan karena merasa puas dengan kami. Dengan media online kami juga sudah pakai, kita promosi di whatsapp, membuat akun facebook dan insagram.<sup>93</sup>

Kegiatan promosi CV. Jati Mulya dengan mendatangi rumah-rumah dengan membawa brosur dibuktikan dengan penjelasan salah satu konsumen CV. Jati Mulya, Bapak Riski Satrio yang mengungkapkan bahwa:

Promosi yang saya ketahui, para pegawai mendatangi rumah-rumah membawa brosur dan gambar produk berbentuk seperti buku seperti yang saya alami dulu.<sup>94</sup>

Pelanggan CV. Jati Mulya yang merasa puas membeli produk ikut mempromosikan CV. Jati Mulya kepada orang lain juga dibuktikan dengan penjelasan Ibu Masruroh yang menyatakan bahwa:

Promosi yang saya ketahui ya dari teman saya itu. Soalnya teman saya sudah langganan beli disana.<sup>95</sup>

Data yang kami peroleh bahwa promosi CV. Jati Mulya juga dilakukan dengan cara mengikuti pameran-pameran juga diperkuat oleh penjelasan Bapak Ilyas bahwa:

Promosi yang saya ketahui yaitu pada saat CV. Jati Mulya ikut pameran di GOR Lembu Peteng dan membagikan brosur disana.<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>94</sup>Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 19 Maret 2019

<sup>95</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil observasi peneliti pada tanggal 2 April 2019, peneliti melihat foto dokumentasi CV. Jati Mulya saat menjadi peserta pameran produk. Serta promosi melalui media sosial peneliti juga mengetahui beberapa akun bisnis CV. Jati Mulya di facebook dan instagram.<sup>97</sup>

## **2. Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di CV. Jati Mulya Kauman Kauman Tulungagung**

### **a. Terlalu banyak yang memproduksi**

Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu terlalu banyak yang memproduksi barang mebel sejenis, sebagaimana hasil wawancara dengan Deni Susanto yang mengungkapkan bahwa:

Terlalu banyak yang memproduksi, sehingga konsumen tidak langsung memutuskan membeli tetapi berfikir terlebih dahulu dengan melihat produk di tempat lain dan membandingkan terlebih dahulu..<sup>98</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Marjuni yang mengungkapkan bahwa:

Faktor yang menghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian antara lain sudah banyak pesaing yang

---

<sup>96</sup>Wawancara dengan Bapak Ilyas, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 23 Maret 2019

<sup>97</sup> Observasi pada tanggal 2 April 2019

<sup>98</sup> Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

memproduksi, baik pesaing dalam Kabupaten maupun dari luar kabupaten seperti dari Jepara.<sup>99</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

Faktor yang menghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian antara lain sudah Terlalu banyak pesaing yang memproduksi, biasanya ada calon pelanggan yang hanya mencari informasi terlebih dahulu ke tempat kami dan pergi ke mebel-mebel lain terlebih dahulu. Biasanya membandingkan soal harga dan kualitas barang. Sebelum memutuskan membeli produk disini.<sup>100</sup>

Dari hasil data tersebut, peneliti juga mewawancarai beberapa pelanggan CV. Jati Mulya. Bapak Riski Satrio mengungkapkan :

Saya dulu mencoba mengunjungi beberapa mebel lain dan mempertimbangkan harga dan kualitas produknya. Tapi setelah itu saya memutuskan memilih membeli produk di CV. Jati Mulya.<sup>101</sup>

Ibu Masruroh juga mengungkapkan bahwa:

Kebetulan dekat sini ada juga mebel jati, saya sudah melihat-lihat disana. Tetapi saya penasaran dengan mebel Jati Mulya yang diceritakan teman saya, akhirnya saya mencoba kesana dan memutuskan membeli tempat tidur untuk kado pernikahan anak saya di Jati Mulya karena modelnya lebih bagus daripada yang saya lihat di mebel dekat rumah saya sebelumnya.<sup>102</sup>

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil observasi peneliti pada tanggal 2 April 2019, peneliti melihat di Tulungagung sudah banyak

---

<sup>99</sup> Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>100</sup> Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>101</sup> Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 19 Maret 2019

<sup>102</sup> Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

mebel kompetitor lain yang produk banyak dan bervariasi macamnya.<sup>103</sup>

Sudah mulai banyaknya pesaing terbukti merupakan suatu hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung karena calon konsumen tidak langsung memutuskan membeli tetapi berfikir terlebih dahulu dengan melihat produk di tempat lain dan membandingkannya terlebih dahulu.

b. Barang mudah di dapat

Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu barang mudah di dapat. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Deni Susanto yang mengungkapkan bahwa:

Barang mudah didapat juga terkadang menjadi hambatan, karena menyebabkan konsumen menjadi pintar menawar dengan membandingkan dengan produk buatan mebel lainnya.<sup>104</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

Barang mudah didapat juga menjadi hambatan, karena menyebabkan konsumen pintar dalam menawar produk dan pandai menentukan pilihan.<sup>105</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Marjuni yang mengungkapkan bahwa:

---

<sup>103</sup> Observasi pada tanggal 2 April 2019

<sup>104</sup> Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>105</sup> Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

itu juga menjadi salah satu hambatan, karena sering kali menyebabkan konsumen tidak langsung memutuskan membeli di tempat kami, terkadang membandingkan dulu ke mebel lain.<sup>106</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak CV. Jati Mulya, mudahnya barang untuk didapat menjadi hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hal tersebut bisa terjadi karena konsumen menjadi pintar dalam menawar produk terkadang konsumen membandingkan dengan produk mebel lain yang menawarkan harga lebih murah yang belum tentu sama kualitasnya. Seperti penjelasan dari Ibu Masruroh yang mengungkapkan bahwa:

Saya membandingkan dulu modelnya bagus yang mana, dan membandingkan kualitas barang dan harganya.<sup>107</sup>

Bapak Riski Satrio mengungkapkan bahwa :

Saya menawar harga karena siapa tahu bisa dapat lebih murah. Tetapi di CV. Jati Mulya harga sudah pas tidak boleh ditawar. Karena barangnya bagus dan saya suka akhirnya saya memutuskan membeli disana. Karena model-model di mebel lain yang saya kunjungi saya kurang suka.<sup>108</sup>

Hal tersebut diperkuat dengan penjelasan Bapak Ilyas :

Saya membandingkan dulu kualitas produk dan harganya.<sup>109</sup>

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari para konsumen, barang yang mudah didapat menghambat strategi pemasaran dalam

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>107</sup> Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

<sup>108</sup> Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 19 Maret 2019

<sup>109</sup> Wawancara dengan Bapak Ilyas, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 23 Maret 2019

meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya dikarenakan konsumen akan membandingkan dulu kualitas produk dengan harganya terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli di CV. Jati Mulya. Tetapi hal tersebut tertolong dengan kualitas produk CV. Jati Mulya yang dinilai lebih unggul dan modelnya yang disukai para konsumen sehingga meskipun banyak barang sejenis yang mudah didapat dipasaran, konsumen tetap memutuskan membeli di CV. Jati Mulya dikarenakan produknya yang berkualitas dan modelnya yang banyak disukai.

c. Persaingan harga

Industri mebel kompetitor sudah mulai banyak di Kabupaten Tulungagung. Persaingan harga pun mulai terjadi di dunia Permebelan khususnya di Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut dinilai menjadi salah satu faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung. Sebagaimana hasil wawancara dengan Deni Susanto yang mengungkapkan bahwa:

Persaingan harga dengan kompetitor lain juga menjadi salah satu hambatan kami dalam pemasaran produk, konsumen pintar dalam menawar produk dengan dibandingkan dengan harga di tempat lain yang menawarkan produk dengan harga lebih murah, padahal belum tentu kualitasnya.<sup>110</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

---

<sup>110</sup> Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

Persaingan harga dengan kompetitor lain juga menjadi salah satu hambatan kami dalam pemasaran produk, terkadang konsumen menawar produk dengan dibandingkan dengan harga di tempat lain yang berselisih harga dengan di tempat kami, meskipun belum jelas bagaimana kualitas produknya.<sup>111</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Marjuni yang mengungkapkan bahwa:

itu juga menjadi salah satu hambatan, karena sering kali menyebabkan konsumen tidak langsung memutuskan membeli di tempat kami, terkadang membandingkan dulu ke mebel lain.<sup>112</sup>

Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu persaingan harga, sehingga konsumen pintar dalam menawar produk dan membandingkan dengan mebel lain yang menawarkan harga lebih murah. Hal itu didukung dengan hasil wawancara dengan Bapak Riski Satrio yang mengungkapkan bahwa:

Saya dulu sempat terpengaruh oleh tawaran teman saya yang memberi tahu ada mebel yang bagus dan harga lebih murah, setelah saya kunjungi memang lebih murah tetapi model barangnya saya kurang suka. Akhirnya saya memutuskan membeli di CV. Jati Mulya.<sup>113</sup>

Bapak Ilyas mengungkapkan bahwa:

Saya fikir-fikir dahulu sebelum memutuskan membeli di CV. Jati Mulya. karena ada mebel lain yang memberi harga lebih murah. Tetapi ternyata harga murah kualitas barangnya tidak sebaik CV. Jati Mulya.<sup>114</sup>

---

<sup>111</sup> Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>112</sup> Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>113</sup> Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 19 Maret 2019

<sup>114</sup> Wawancara dengan Bapak Ilyas, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 23 Maret 2019

Dari data yang diperoleh peneliti dari beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa persaingan harga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Konsumen menjadi ragu karena mengetahui ada mebel lain yang harganya lebih murah. Tetapi ternyata harga yang lebih murah itu terjadi karena memang kualitas produknya tidak sebaik di CV. Jati Mulya. Karena pada dasarnya kesulitan pengerjaan juga menjadi salah satu faktor untuk menentukan harga di CV. Jati Mulya. Tetapi bagi pelanggan yang mengutamakan kualitas pastinya tetap memilih membeli di CV. Jati Mulya karena kualitas barangnya lebih bagus modelnya juga enak dipandang mata. Seperti Ibu Masruroh yang menyatakan bahwa:

Kalau saya yang penting model dan kualitas produknya. Harga kan sebanding dengan kualitas. Kalau ada yang lebih murah tetapi kualitasnya tidak bagus saya tidak mau.<sup>115</sup>

### **3. Faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di CV. Jati Mulya Kauman Kauman Tulungagung**

#### **a. Pelayanan Prima**

Pelayanan prima adalah kegiatan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Pelayanan prima merupakan terjemahan istilah “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik

---

<sup>115</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan.

Dalam hal ini CV. Jati Mulya telah menerapkannya dengan cara berperilaku ramah dan sopan terhadap pelanggan, dan berusaha mengerti akan apa yang diinginkan kan pelanggan. Ketepatan waktu juga selalu menjadi komitmen CV. Jati Mulya, jangan sampai pesanan produk tidak selesai pada waktu yang telah disepakati. Pelanggan juga tidak perlu memikirkan bagaimana produk mebelnya agar sampai pada tujuan karena oleh pihak CV. Jati Mulya sudah diberikan layanan antar produk ke lokasi dengan mobil angkutan milik Perusahaan secara gratis bagi pemesan dari wilayah Kabupaten Tulungagung, sedangkan dari luar Tulungagung dikenakan ongkos kirim yang biayanya di sesuaikan dengan jarak lokasi CV. Jati Mulya dengan lokasi pengiriman.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Deni Susanto yang mengungkapkan bahwa:

Yang dapat mendukung kami dalam pemasaran yaitu kami selalu memprioritaskan kualitas pelayanan kami kepada pelanggan dengan cara berperilaku ramah dan sopan terhadap pelanggan, berusaha mengerti akan apa yang diinginkan kan pelanggan. Ketepatan waktu juga selalu diperhatikan CV. Jati Mulya, jangan sampai pesanan produk tidak selesai pada waktu yang telah disepakati karna akan membuat pelanggan kecewa. Pelanggan juga tidak perlu memikirkan bagaimana produk mebelnya agar sampai pada tujuan karena oleh pihak CV. Jati Mulya sudah diberikan layanan antar produk ke lokasi dengan mobil angkutan milik Perusahaan secara gratis bagi pemesan dari wilayah Kabupaten Tulungagung, sedangkan dari luar Tulungagung dikenakan ongkos

kirim yang biayanya di sesuaikan dengan jarak lokasi CV. Jati Mulya dengan lokasi pengiriman.<sup>116</sup>

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Bapak Maryono bahwa:

Dalam pelaksanaan pemasaran yaitu kami selalu mengutamakan kualitas pelayanan kami kepada pelanggan, menjaga mutu produk, berperilaku ramah dan selalu berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, jangan sampai pelanggan merasa dikecewakan karena akan membuat kapok dan tidak lagi memutuskan membeli disini lagi dikemudian hari. Kami juga memberikan layanan antar produk ke lokasi dengan mobil angkutan milik Perusahaan secara gratis bagi pemesan dari wilayah Kabupaten Tulungagung, sedangkan dari luar Tulungagung dikenakan ongkos kirim yang biayanya di sesuaikan dengan jarak lokasi CV. Jati Mulya dengan lokasi pengiriman.<sup>117</sup>

Bapak Marjuni menjelaskan bahwa :

Dalam pelaksanaan pemasaran yaitu kami selalu menjaga mutu produk, menghadapi pelanggan dilayani dengan ramah. Kami juga memberikan layanan antar produk ke lokasi dengan mobil angkutan milik Perusahaan secara gratis bagi pemesan dari wilayah Kabupaten Tulungagung, sedangkan dari luar Tulungagung dikenakan ongkos kirim yang biayanya di sesuaikan dengan jarak lokasi CV. Jati Mulya dengan lokasi pengiriman.<sup>118</sup>

Ibu Masruroh sebagai pelanggan yang sudah beberapa kali membeli produk di CV. Jati Mulya menyatakan bahwa:

Pelayanan di CV. Jati Mulya menurut saya cukup baik, karyawannya ramah dan sopan-sopan. Pesanan saya juga selesai tepat waktu. Karena saya dulu pernah memesan tempat tidur untuk kado anak saya yang akan menikah, sebelum pernikahan berlangsung barang sudah sampai rumah. Saya merasa puas dan memutuskan beli lagi disana.<sup>119</sup>

---

<sup>116</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>117</sup>Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>118</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>119</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil observasi peneliti pada tanggal 2019, peneliti melihat dan mendengarkan pegawai CV. Jati Mulya melayani pelanggan dengan ramah.<sup>120</sup>

b. Nama baik Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki nama yang menciptakan citra di kalangan masyarakat maupun para pelanggan bisnisnya. Untuk itu sangat penting bagi setiap pelaku bisnis agar menjaga nama baik perusahaan dengan tepat. Nama baik inilah yang akan menciptakan kepercayaan di kalangan pelanggan dan partner bisnis lainnya.

Dalam sebuah perusahaan, para karyawan dan semua elemen di dalamnya yang bertanggung jawab untuk menjaga reputasi perusahaan agar selalu baik di mata publik. Caranya yaitu dengan melaksanakan tugasnya secara sungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap orang yang berhubungan dengan perusahaan tempat mereka bekerja.

CV. Jati Mulya sudah menerapkan beberapa langkah agar nama baik Perusahaan dapat selalu dianggap baik oleh para pelanggan, masyarakat ataupun mitra kerja Perusahaan. Langkah yang sudah dilaksanakan oleh CV. Jati Mulya diantaranya selalu menjaga kualitas

---

<sup>120</sup>Observasi tanggal 5 April 2019

produk, tidak pernah membohongi pelanggan ataupun mitra kerja Perusahaan. Terhadap masyarakat CV. Jati Mulya juga sering berpartisipasi menjadi sponsor acara kemasyarakatan, hal tersebut dilakukan agar nama baik Perusahaan dimata masyarakat dianggap baik. Tak lupa Legalitas Perusahaan juga memberi bukti bahwa industri Mebel CV. Jati Mulya merupakan perusahaan yang sudah resmi dan legal. Hal tersebut juga menunjang nama baik Perusahaan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Deni Susanto yang mengungkapkan bahwa:

Nama baik CV. Jati Mulya mendukung strategi pemasaran kami, karena nama baik menjadi jaminan bagi konsumen agar memutuskan membeli produk kami. Upaya yang dilakukan antara lain selalu menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada konsumen ataupun mitra kerja kami, jangan sampai sekalipun membuat kecewa. Nama baik kami dimata masyarakat juga harus terjaga, upaya yang kami lakukan biasanya kami menjadi sponsor dalam acara kemasyarakatan di sekitar lokasi CV. Jati Mulya. Dari segi legalitas usaha, usaha kami sudah mendapat ijin resmi dari Pemerintah, menurut saya itu juga menunjang nama baik Perusahaan kami.<sup>121</sup>

Hal Senada juga diungkapkan oleh Bapak Maryono yang mengungkapkan bahwa:

Nama baik CV. Jati Mulya juga mendukung strategi pemasaran kami, menurut saya bila perusahaan punya nama baik, calon pembeli menjadi yakin. Upaya yang dilakukan yaitu selalu menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada konsumen ataupun mitra kerja kami, jangan sampai sekalipun membuat kecewa. Karena kalau ada yang kecewa, dia akan menginformasikan kepada orang lain sehingga akan menimbulkan keraguan untuk memutuskan membeli produk disini. Di kalangan

---

<sup>121</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

masyarakat kami juga tidak pernah menolak apabila dimintai menjadi sponsor acara di Desa. Ijin resmi dari Pemerintah yang sudah kita miliki juga menjadi penunjang nama baik Perusahaan di mata Pemerintah, masyarakat, pelanggan dan mitra kerja kami.<sup>122</sup>

Bapak Marjuni juga menyatakan :

Nama baik CV. Jati Mulya itu penting, Perusahaan yang punya nama baik dapan membuat pelanggan yakin. Upaya yang dilakukan yaitu selalu menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada konsumen, jangan sampai sekalipun membuat kecewa. Karena kalau ada yang kecewa, dia akan menginformasikan kepada orang lain. Kekecewaan pelanggan juga dapat membuat nama perusahaan menjadi buruk. Di kalangan masyarakat kami biasanya ikut berpartisipasi di kegiatan masyarakat. Biasanya menjadi sponsor. Yang sering itu meminjamkan meja dan kursi untuk duduk pejabat Desa dalam acara seperti bersih Desa pagelaran wayang.<sup>123</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Ibu Masruroh yang menyatakan bahwa:

Menurut saya CV. Jati Mulya mempunyai nama baik. Karena tidak pernah mengecewakan saya sebagai pelanggan. Saya puas membeli barang disana.<sup>124</sup>

Hal Senada juga dijelaskan Bapak Ilyas :

Menurut saya CV. Jati Mulya mempunyai nama yang baik. Tidak pernah mengecewakan saya sebagai pelanggan. Kadang ada mebel yang suka menipu soal bahan. Kalau disana jujur. Terbukti produknya awet dan tahan lama karena bahannya seratus persen kayu jati.<sup>125</sup>

---

<sup>122</sup>Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 12 Maret 2019

<sup>123</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 15 Maret 2019

<sup>124</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya tanggal 20 Maret 2019

<sup>125</sup>Wawancara dengan Bapak Ilyas, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 23 Maret 2019

Peneliti juga menanyakan beberapa hal kepada masyarakat sekitar lokasi CV. Jati Mulya yang menyatakan bahwa:

Menurut saya CV. Jati Mulya mempunyai nama baik di mata masyarakat. Alasannya karena Pimpinannya orangnya dermawan pada masyarakat. Biasanya menjadi sponsor dalam acara warga di Desa kami.<sup>126</sup>

c. Produksi dalam jumlah besar

Faktor pendukung strategi pemasaran dalam keputusan pembelian yaitu produksi dalam jumlah besar di CV. Jati Mulya Kauman Kauman Tulungagung, sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Deni Susanto CV. Jati Mulya yang mengungkapkan bahwa:

Produksi dalam jumlah besar menjadi pendukung kami dalam pemasaran karena membuat daya tarik tersendiri bagi konsumen, karena jumlah pilihan produknya lebih banyak dan variatif akan meyakinkan konsumen bahwa disini memang pusatnya barang mebel dan membuat pelanggan memutuskan membeli barang disini.<sup>127</sup>

Data tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Marjuni yang mengungkapkan bahwa:

Produksi dalam jumlah besar menjadi pendukung kami dalam pemasaran karena itu menjadi hal yang menarik bagi konsumen, karena jumlah pilihan produknya lebih banyak dan berbagai model akan membuat pelanggan memutuskan membeli barang dengan memilih sesuai keinginan.<sup>128</sup>

Berdasarkan data yang berhasil diperoleh dari pihak CV. Jati Mulya, produksi dalam jumlah besar akan menimbulkan daya tarik

---

<sup>126</sup>Wawancara dengan Bapak Narimo, warga sekitar CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 27 Maret 2019

<sup>127</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 12 Maret 2019

<sup>128</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 15 Maret 2019

tersendiri kepada konsumen untuk memutuskan membeli produk, karena dengan banyaknya barang yang diproduksi akan memberi kesan bahwa disana lah pusatnya industri mebel jati di Tulungagung. Selain itu produksi dalam jumlah besar dapat membuat pelanggan memutuskan membeli produk dengan memilih sesuai yang di inginkan.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada para pelanggan CV. Jati Mulya terkait pengaruh produksi dalam jumlah besar terhadap keputusan pembelian. Ibu Masruroh mengungkapkan bahwa:

Menurut saya merupakan hal yang menarik, karena jumlah pilihan produknya lebih banyak karena saya dapat memilih sesuai keinginan.<sup>129</sup>

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Ilyas yang mengungkapkan:

Menurut saya merupakan hal menarik, karena saya menjadi lebih banyak pilihan.<sup>130</sup>

Bapak Riski Satrio juga mengungkapkan :

Produksi dalam jumlah besar menjadi hal yang menarik, karena jumlah pilihan produknya lebih banyak dan berbagai model akan membuat pelanggan memutuskan membeli barang dengan memilih sesuai keinginan dan sesuai budgetnya.<sup>131</sup>

Dari beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa Faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan

---

<sup>129</sup>Wawancara dengan Ibu Masruroh, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 20 Maret 2019

<sup>130</sup>Wawancara dengan Bapak Ilyas, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 23 Maret 2019

<sup>131</sup>Wawancara dengan Bapak Riski Satrio, Konsumen CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 19 Maret 2019

pembelian yaitu produksi dalam jumlah besar dapat membuat konsumen mudah menentukan pilihan, karena produk yang variatif lebih menarik dan ada keinginan yang kuat dari konsumen untuk membeli produk.

Data tersebut di atas diperkuat dengan hasil observasi peneliti pada tanggal 2 April 2019, peneliti melihat gudang yang begitu produk banyaknya dan bervariasi macamnya.<sup>132</sup>

d. Dukungan Pemerintah

Produk dalam Negeri seperti halnya yang diproduksi oleh CV. Jati Mulya memiliki peran penting dan telah memberi banyak kontribusi dalam perekonomian Nasional. Peran Pemerintah dalam pembinaan dan pengembangan juga penting diperlukan dan menjadi faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya. Dukungan Pemerintah Kabupaten Tulungagung melalui Dinas terkait ternyata sudah bisa dirasakan oleh CV. Jati Mulya.

Seperti Penjelasan dari Bapak Deni Susanto sebagai berikut:

Dalam melaksanakan strategi pemasaran, Pemerintah Kabupaten Tulungagung juga memberikan banyak dukungan diantaranya kami sering diikutkan seminar dan pelatihan terkait peningkatan mutu usaha kami salah satunya pelatihan pemasaran. Kami juga sering diikutkan berbagai pameran produk sebagai salah satu upaya pemasaran produk. Untuk menunjang produktivitas, Pemerintah juga pernah membantu kami dalam hal pemberian bantuan berupa alat produksi tambahan. Di sektor permodalan, program pemerintah berupa Kredit Usaha Rakyat juga membantu kami

---

<sup>132</sup>Observasi pada tanggal 2 April 2019

terkait akses permodalan karena produksi kami yang banyak juga harus didukung modal yang banyak pula.<sup>133</sup>

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Bapak Marjuni bahwa:

Pemerintah juga ikut mendukung, diantaranya kami sering diundang dalam kegiatan pembinaan usaha. Kami juga sering diikutkan berbagai pameran untuk mempromosikan produk. CV. Jati Mulya juga pernah diberi bantuan mesin bubut kayu dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tulungagung.<sup>134</sup>

Bapak Maryono juga menambahkan bahwa:

Karena usaha kami sudah memiliki Ijin resmi dari Pemerintah, maka Pemerintah juga menjadi lebih memperhatikan kami. diantaranya kami sering diikutkan seminar dan pelatihan terkait peningkatan mutu pengelolaan usaha kami salah satunya pelatihan pemasaran. Kami juga sering diikutkan berbagai pameran produk sebagai salah satu upaya mempromosikan produk. Pemerintah juga pernah membantu kami dalam hal pemberian bantuan berupa alat produksi.<sup>135</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Tulungagung melalui Dinas terkait menjadi salah satu faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung. Adapun peran Pemerintah dalam hal ini yaitu dengan memberikan seminar dan pelatihan peningkatan mutu pengelolaan usaha, pelatihan pemasaran, pemberian modal peralatan, diikutkan

---

<sup>133</sup>Wawancara dengan Bapak Deni Susanto, Pimpinan CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 12 Maret 2019

<sup>134</sup>Wawancara dengan Bapak Marjuni, Bagian Produksi CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 15 Maret 2019

<sup>135</sup>Wawancara dengan Bapak Maryono, Bagian Pemasaran CV. Jati Mulya di kediamannya pada tanggal 12 Maret 2019

dalam berbagai pameran produk agar produk mebel CV. Jati Mulya lebih dikenal.

### **C. Temuan Penelitian**

#### **1. Pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di Kauman Tulungagung.**

Pelaksanaan kegiatan usaha CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung juga telah menerapkan strategi pemasaran khususnya yaitu strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, lokasi, harga dan promosi.

##### **a. Produk**

Produk merupakan kombinasi “barang dan jasa” yang ditawarkan kepada pasar. Adapun cara penawaran produk yang dilakukan oleh CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung Adalah:

##### **1) Menjelaskan keunggulan produk**

Dalam melaksanakan penawaran produk kepada calon konsumen, CV. Jati Mulya menggunakan metode penjelasan terlebih dahulu terkait keunggulan produk-produknya bila dibandingkan dengan produk industri mebel lain. Adapun keunggulannya yaitu Mebel CV. Jati Mulya memproduksi barang berbahan kayu Jati yang berkualitas, dikerjakan oleh tangan-tangan terampil sehingga produk yang dihasilkan halus dipadukan dengan keterampilan seni ukir yang dimiliki pegawai CV. Jati Mulya yang belum tentu dimiliki oleh produsen lain.

## 2) Produk yang beragam

Barang yang diproduksi oleh CV. Jati mulya pun beragam tidak hanya terbatas pada meja dan kursi saja. Tempat tidur, hiasan dinding, figura, seni ukir barongan, patung dari kayu jati, dan lain sebagainya mampu diproduksi. Selain itu CV. Jati Mulya juga melayani pesanan mebel dengan model sesuai dengan keinginan pelanggan.

## 3) Produk yang berkualitas

Selain produknya yang beragam, kualitas produk yang dihasilkan CV. Jati Mulya berkualitas bagus. Dikerjakan oleh sumber daya manusia yang ahli dibidangnya sehingga produk yang dihasilkan halus dan rapi. Bahan baku yang digunakan juga kayu jati yang berkualitas.

### b. Tempat

Tempat adalah hal yang penting bagi para konsumen. Tempat mengacu pada penyediaan produk bagi konsumen untuk mengaksesnya. Tempat identik dengan distribusi. Berarti hubungan di mana CV. Jati Mulya harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. CV. Jati Mulya berada di dusun Patik Reco, RT 03 RW 07 desa Jatimulyo kecamatan Kauman kabupaten Tulungagung Jawa timur. Karena lokasinya yang terbilang cukup jauh dari pusat kota Tulungagung, maka CV. Jati Mulya menerapkan beberapa strategi diantaranya:

### 1) Kerjasama dengan Toko Mebel

Selain menjual langsung kepada konsumen, CV. Jati Mulya juga bekerja sama dengan toko-toko Mebel di area Tulungagung maupun luar Tulungagung. Yaitu CV. Jati Mulya menitipkan sebagian produknya di toko-toko mebel tujuannya untuk memperkenalkan produk CV. Jati Mulya kepada calon konsumen di berbagai wilayah.

### 2) Pemerataan yang baik serta fasilitas yang baik

Aktivitas penjualan produk karyawan CV. Jati Mulya tidak pilih-pilih lokasi dalam pendistribusian, dengan sarana dan prasarana yang lengkap yang telah disediakan oleh CV. Jati Mulya sehingga aman bagi konsumen dan pihak CV Jati Mulya.

## c. Harga

### 1) Harga sesuai dengan kualitas

Penentuan suatu harga pada produk di CV. Jati Mulya di sesuaikan dengan kualitas bahan baku yang digunakan dan biaya produksi yang dikeluarkan, namun tetap bisa dijangkau oleh masyarakat khususnya kalangan menengah keatas.

### 2) Harga kompetitif

Dalam penentuan harga produk di CV. Jati Mulya memperhatikan harga kompetitor. Hal itu dilakukan agar CV. Jati Mulya bisa bersaing dengan para kompetitor yang mulai banyak bermunculan di Tulungagung, belum lagi mulai masuknya kompetitor dari luar Kabupaten Tulungagung yaitu mebel dari Jepara.

d. Promosi

Promosi penjualan CV. Jati Mulya dilakukan dengan promosi secara *offline* dari mulut ke mulut, promosi dengan menggunakan kartu nama, katalog, mengikuti pameran-pameran. Dalam hal ini karyawan langsung datang ke masyarakat guna menarik, menginformasikan, dan mempengaruhi calon konsumennya, membujuk calon konsumen untuk menjadi konsumen pada produk tersebut dan menjelaskan kembali kepada calon konsumen tentang keunggulan produk di CV Jati Mulya. Serta promosi secara online yaitu dengan sosial media yaitu membuat akun bisnis di facebook, instagram, whatsapp, dan toko online.

**2. Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di CV. Jati Mulya Kauman Kauman Tulungagung.**

a. Terlalu banyak yang memproduksi

Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu terlalu banyak yang memproduksi barang mebel sejenis. Sudah mulai banyaknya pesaing terbukti merupakan suatu hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung. Karena calon konsumen tidak langsung memutuskan membeli tetapi berfikir terlebih dahulu dengan melihat produk di tempat lain dan membandingkannya terlebih dahulu.

b. Barang mudah didapat

Faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu barang mudah di dapat. Mudahnya barang untuk didapat menjadi hambatan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian. hal tersebut bisa terjadi karena konsumen menjadi pintar dalam menawar produk terkadang konsumen membandingkan dengan produk mebel lain yang menawarkan harga lebih murah yang belum tentu sama kualitasnya.

c. Persaingan harga

Industri mebel kompetitor sudah mulai banyak di Kabupaten Tulungagung. Persaingan harga pun mulai terjadi di dunia Permebelan khususnya di Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut dinilai menjadi salah satu faktor penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung.

Persaingan harga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Konsumen menjadi ragu karena mengetahui ada mebel lain yang harganya lebih murah.

**3. Faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di CV. Jati Mulya Kauman Kauman Tulungagung**

a. Pelayanan Prima

Dalam hal ini CV. Jati Mulya telah menerapkannya dengan cara berperilaku ramah dan sopan terhadap pelanggan, dan berusaha mengerti akan apa yang diinginkan kan pelanggan. Ketepatan waktu juga selalu menjadi komitmen CV. Jati Mulya, jangan sampai pesanan produk tidak selesai pada waktu yang telah disepakati. Pelanggan juga tidak perlu memikirkan bagaimana produk mebelnya agar sampai pada tujuan karena oleh pihak CV. Jati Mulya sudah diberikan layanan antar produk ke lokasi dengan mobil angkutan milik Perusahaan secara gratis bagi pemesan dari wilayah Kabupaten Tulungagung, sedangkan dari luar Tulungagung dikenakan ongkos kirim yang biayanya di sesuaikan dengan jarak lokasi CV. Jati Mulya dengan lokasi pengiriman.

b. Nama baik Perusahaan

CV. Jati Mulya sudah menerapkan beberapa langkah agar nama baik Perusahaan dapat selalu dianggap baik oleh para pelanggan, masyarakat ataupun mitra kerja Perusahaan. Langkah yang sudah dilaksanakan oleh CV. Jati Mulya diantaranya selalu menjaga kualitas produk, tidak pernah membohongi pelanggan ataupun mitra kerja Perusahaan. Terhadap masyarakat CV. Jati Mulya juga sering berpartisipasi menjadi sponsor acara kemasyarakatan, hal tersebut dilakukan agar nama baik Perusahaan dimata masyarakat dianggap baik. Tak lupa Legalitas Perusahaan juga memberi bukti bahwa

industri Mebel CV. Jati Mulya merupakan perusahaan yang sudah resmi dan legal. Hal tersebut juga menunjang nama baik Perusahaan.

c. Produksi dalam jumlah besar

Produksi dalam jumlah besar akan menimbulkan daya tarik tersendiri kepada konsumen untuk memutuskan membeli produk, karena dengan banyaknya barang yang diproduksi akan memberi kesan bahwa disana lah pusatnya industri mebel jati di Tulungagung. Selain itu produksi dalam jumlah besar dapat membuat pelanggan memutuskan membeli produk dengan memilih sesuai yang diinginkan.

d. Dukungan Pemerintah

Produk dalam Negeri seperti hal nya yang diproduksi oleh CV. Jati Mulya memiliki peran penting dan telah memberi banyak kontribusi dalam perekonomian Nasional. Peran Pemerintah dalam pembinaan dan pengembangan juga penting diperlukan dan menjadi faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya.

Pemerintah Kabupaten Tulungagung melalui Dinas terkait menjadi salah satu faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian di CV. Jati Mulya Kauman Tulungagung. Adapun peran Pemerintah dalam hal ini yaitu dengan memberikan seminar dan pelatihan peningkatan mutu pengelolaan usaha, pelatihan pemasaran, pemberian modal peralatan, diikutkan dalam berbagai pameran produk agar produk mebel CV. Jati Mulya lebih dikenal.