BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketatnya persaingan pasar mendorong para pengusaha untuk mencari cara yang dianggap paling efektif dan efisien yang akan digunakan sebagai jalan agar tetap bertahan dan berkembang dalam dunia usaha. Berkembangnya dunia bisnis para pelaku usaha diharapkan mampu untuk mengikuti perkembangan pasar tersebut dan mampu bertahan dalam persaingan pasar global yang semakin ketat agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Perusahaan manufaktur dalam meningkatkan kegiatan usahanya perlu melakukan proses produksi yang memanfaatkan satu atau beberapa bahan baku utamanya untuk menghasilkan dua atau lebih jenis produk yang hampir sama tetapi dengan variasi yang berbeda. Banyak perusahaan-perusahaan manufaktur yang berdiri di Indonesia, salah satunya yaitu perusahaan peralatan dapur.

Persaingan di dunia usaha saat ini semakin ketat, para usahawan harus lebih pintar membuat strategi-strategi untuk menghadapi para pesaing. Salah satu tujuan kegiatan usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan, selain itu usahawan juga harus menciptakan rasa puas terhadap pelanggannya untuk mempertahankan eksistensi sebuah produk yang mereka produksi. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga

konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya.

Diantaranya yaitu industri peralatan dapur yang berada di daerah Tulungagung. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya industri peralatan dapur sejenis yang bermunculan diberbagai daerah dengan daya tarik tersendiri, salah satunya yaitu industri peralatan dapur yang berada di kabupaten Tulungagung. Hal tersebut bisa dibuktikan berdasarkan data perusahaan dibawah ini:

Tabel 1.1

Usaha Produksi Peralatan Dapur di Tulungagung

No	Nama Usaha	Alamat
1	PT. Gemilang Logam	Desa Pulosari Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung
2	PT. Pakis Logam Perkasa	Desa Pakisrejo Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung
3	CV. Candra Logam	Desa Bendiljati Kulon Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung
4	Perusahaan Logam Asir	Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung
5	Industri Alat Dapur Butterfly	Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Sumber: https://kemenperin.go.id/[2]

Tabel 1.1 Menunjukkan banyaknya pesaing industri peralatan dapur di lingkungan Kabupaten Tulungagung saja. Dengan begitu tingkat persaingan akan semakin tinggi. Hal ini disebabkan karena di Kabupaten Tulungagung mempunyai potensi yang cukup baik dibidang industri peralatan dapur dan cukup

[2] https://kemenperin.go.id/, diakses pada tanggal 27 November 2021

besar untuk dikembangkan. Salah satunya adalah industri peralatan dapur PT. Gemilang Logam yang terdapat di Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Di era sekarang ini banyak sekali perusahan-perusahaan karena pada dasarnya perusahaan menjadi daya tarik sendiri bagi para usahawan termasuk di Kabupaten Tulungagung. Tulungagung bukan hanya terkenal sebagai kota marmer saja, keberadaan sektor industri baik besar maupun kecil di Tulungagung ini sangat mudah dijumpai, baik usaha yang kelompok maupun personal. Di Kabupaten Tulungagung bagian timur tepatnya di Kecamatan Ngunut banyak dijumpai sektor industri yang berkecimpung di dunia perlogaman, salah satunya PT. Gemilang Logam yang terletak di Desa Pulosari, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Tempat tersebut merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan di wilayah Ngunut yang memproduksi berbagai macam peralatan dapur seperti serok, irus, sotel, asbak, tungku kompor, dan lain-lain. Kebutuhan akan alat dapur yang sekarang ini bermacam-macam membuat pemilik perusahaan berupaya mengembangkan potensi produksi dan menekankan pada strategi pemasaran.

Minat beli yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Keputusan untuk mengadopsi produk timbul setelah konsumen mencoba produk tersebut. Rasa suka terhadap produk dapat diambil bila konsumen mempunyai persepsi bahwa produk yang mereka pilih berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen. Dengan kata lain produk tersebut mempunyai nilai yang tinggi di mata konsumen. Tingginya minat membeli ini akan

membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk di pasar. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan, produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.[3]

Minat beli adalah keinginan konsumen mengenai apa yang ingin dibeli, Untuk dapat tumbuh dan berkembang sebuah perusahaan perlu memahami perilaku konsumen agar mampu menimbulkan minat beli konsumen sehingga pada akhirnya dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Setiap perusahaan besar atau suatu jenis usaha kecil berlomba-lomba untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sebuah perusahaan harus mampu mengenal dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Perusahaan juga harus mencari informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. Dengan tujuan agar perusahaan selalu dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan calon konsumen, berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Kualitas produk juga harus diperhatikan dalam sebuah pemasaran, kualitas produk merupakan segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan pelanggan, fungsinya dari pada kualitas produk meliputi keawetan, kehandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikan dan sifat lainnya. Dengan adanya kualitas produk

[3] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 5

konsumen dapat mengenali ciri pada setiap produknya.[4] Tingkah laku membeli yang menjadi kebiasaan terjadi di bawah kondisi keterlibatan konsumen yang rendah dan perbedaan merek yang dirasakan besar. Konsumen sedikit dilibatkan dalam kategori produk ini mereka hanya perlu ke toko dan mengambil merek pilihannya.

Jadi dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk ialah suatu kondisi fisik, sifat, dan kegunaan suatu barang yang dapat memberi kepuasan pada konsumen secara fisik maupun psikologis sesuai dengan nilai uang yang dikorbankan. Tindakan keputusan pembelian ini memilih produk sebagai tindakan pengambilan keputusan yang memiliki keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya. Keputusan pembelian sendiri menggambarkan seberapa jauh tingkat pengaruh usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan terhadap suatu produk.

Masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah masalah mengenai harga. Harga merupakan faktor pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli suatu produk. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran. Harga merupakan satu-

[4] C.J.Gerung, J.Sepang, S.Loindong, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manad", Universitas Sam Ratulangi Manado: *Jurnal Emba*, Vol. 5 No. 2 Juni 2017), hlm. 2223

satunya komponen yang mengahasilkan pendapatan. Sebelumnya perusahaan harus menerapkan harga barang sesuai dengan jenis produk agar tidak menimbulkan barang sulit laku.

Menurut Budianto, harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.[5] Dengan demikian, harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga juga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi *market share*-nya. Pengusaha perlu memperhatikan hal ini, sebab dalam kompetisi persaingan usaha, harga yang ditawarkan oleh pesaing bisa lebih rendah dengan kualitas yang sama atau bahkan dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena demikian penentuan harga produk atau jasa, lebih baik perusahaan kecil maupun besar harus memerhatikan konsumen dan pesaingnya.

Konsumen lebih cenderung memilih harga yang relatif terjangkau, tetapi belum tentu harga yang rendah akan mendapatkan kualitas kurang baik. Maka, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Jika perusahaan memproduksi produk yang berkualitas tinggi, pasti akan memberikan keuntungan di bandingkan perusahaan memproduksi produk dengan kualitas yang rendah.

Tidak hanya kualitas produk dan harga yang dapat memikat para konsumen tetapi kualitas pelayanan juga harus diperhatikan, ketika apa yang diinginkan konsumen tidak sesuai maka konsumen tidak akan lagi membeli barang tersebut.

[5] Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hlm. 256

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan barang maupun jasa memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan, jadi konsumen harus diberikan pelayanan dengan baik, karena kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan minat beli konsumen.

Apabila perusahaan memberikan pelayanan yang baik, maka perusahaan tersebut juga akan dapat mempertahankan usahanya dan perusahaan tersebut juga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.[6] Bagi konsumen mereka tidak hanya sekedar membeli produk namun konsumen akan merasa puas jika dilayani dengan sopan, ramah, dan dengan penuh perhatian sehingga akan timbul rasa kepuasan konsumen. Pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen dan keinginan konsumen untuk membeli ulang di tempat tersebut.

Pelayanan merupakan salah satu syarat kesuksesan dalam berbisnis. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang

[6] Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hlm. 83

pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Kualitas pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.

Terdapat banyak sekali faktor yang membuat seseorang tertarik untuk membeli suatu produk, biasanya yang membuat seseorang berminat untuk melakukan pembelian produk adalah kepuasan yang dirasakan setelah mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk. Terdapat 7 faktor yang dapat membuat merasa puas kemudian tertarik untuk membeli suatu produk, diantara faktor-faktor tersebut yaitu: kepuasan pelanggan, kualitas layanan, preferensi merek, kualitas produk, *perceived value*, dan harga.[7] Dari tujuh faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen peneliti memilih tiga faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yakni kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Karena pada dasarnya faktor yang paling banyak mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan.

PT. Gemilang Logam dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen, yakni dengan memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang paling baik dengan harga yang sesuai dengan apa yang didapatkan. Untuk menjaga agar konsumen tetap ingin kembali datang maka pemilik perusahaan harus dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Gemilang

[7] Laurensia Hanjani Putri, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy", Universitas Ciputra Surabaya: *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1 No. 2, 2016, hlm. 168

Logam terhadap konsumen dengan sopan, ramah, dan tanggap dalam melayani konsumen.

Peneliti memilih PT. Gemilang Logam sebagai objek penelitian dikarenakan menurut peneliti, perusahaan ini mampu bersaing baik dengan perusahaan-perusahaan lainnya, tetap memperhatikan kualitas produknya, kualitas pelayanan, menetapkan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen dan kebutuhan pasar. Dengan cara cara tersebut nantinya bisa bertahan dalam pasaran sehingga dapat menghadapi tingginya tingkat persaingan. Walaupun di awal tahun 2017 volume penjualan sempat mengalami penurunan, tetapi di akhir tahun 2021 mampu mengembalikan tingkat eksistensi perusahaan sehingga dapat memperbaiki penurunan yang signifikan ditahun 2017.

Tabel 1.2

Data Penjualan PT. Gemilang Logam Tahun 2017 – 2021

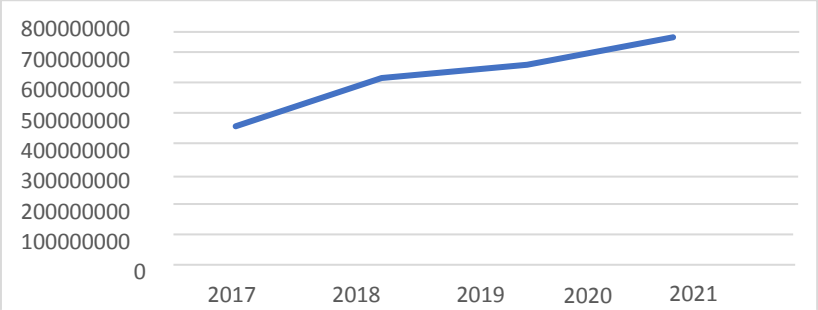
Tahun	Penjualan (Rp)
2017	455.678.000
2018	598.228.000
2019	637.704.000
2020	718.817.000
2021	791.587.000

Sumber: *Data pada PT. Gemilang Logam*[8]

[8] Data Laporan Penjualan PT. Gemilang Logam Tahun 2017- 2021

Grafik 1.1

Penjualan PT. Gemilang Logam Tahun 2017 – 2021



Sumber: *Data pada PT. Gemilang Logam*[9]

Tabel 1.2 dan grafik 1.1 bahwa mulai dari tahun 2017 hingga tahun 2021 penjualan pada PT. Gemilang Logam setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah volume penjualannya. Penjualan terendah yakni pada tahun 2017 dengan jumlah penjualan Rp. 455.678.000 dan penjualan tertinggi pada tahun 2021 dengan jumlah penjualan sebesar Rp. 791.587.000.

Keberhasilan tiap usaha terletak bagaimana penyediaan produk, mempertahankan kualitas produk, kesesuaian harga dengan jenis produk dan memberikan pelayanan yang terbaik supaya mampu bersaing dengan perusahaan lain. Telah dijabarkan dalam table dan grafik di atas, dengan kondisi dan situasi yang seperti saat ini, perusahaan ini masih menunjukkan eksistensinya dengan baik.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dalam penelitian ini, ingin mengetahui dan mengkaji terkait kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan**

[9] Data Laporan Penjualan PT. Gemilang Logam Tahun 2017- 2021

Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Gemilang Logam Tulungagung."

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk, harga, dan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :

a. Adanya persaingan bisnis sejenis produk peralatan dapur yang berlomba lomba untuk mendapatkan minat konsumen.
b. Penerapan kualitas produk yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk mendapatkan minat konsumen.
c. Penetapan harga yang dilakukan PT. Gemilang Logam untuk mendapatkan minat konsumen.
d. Penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk mendapatkan minat konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam?

3. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam.
2. Untuk menguji apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam.
3. Untuk menguji apakah harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam
4. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam.

E. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat serta memberikan kontribusi kepada semua pihak. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan maupun perluasan kekayaan pengetahuan pada kajian ilmu ekonomi dan

bisnis mengenai bidang kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan untuk mendapatkan minat beli konsumen yang maksimal.

2. Manfaat Secara Praktis

   a. Bagi Akademisi

      Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur dan memberikan manfaat bagi dunia pendidikan bidang ilmu ekonomi khususnya di program perkembangan ekonomi sebagai sumbangan pemikiran maupun sebagai acuan dan pengembangan penelitian sejenis berikutnya yaitu untuk menganalisis lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

   b. Bagi PT. Gemilang Logam

      Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan rujukan sebagai pengambilan keputusan dan kebijakan dalam meningkatkan perkembangan perusahan untuk mendapatkan minat beli konsumen yang maksimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil dari penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan dijadikan sebagai studi banding pengetahuan tentang kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen. Serta dapat memberikan referensi bagi peneliti lain sebagai kajian dalam penelitiannya sama tetapi faktornya berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran terkait judul penelitian, perlu kiranya diberikan penjelasan mengenai ruang lingkup dan pembatasan penelitian

1. Ruang Lingkup

   Ruang lingkup pada penelitian ini berfokus pada:

   a. Kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam.
   b. Penetapan harga terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam.
   c. Kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam.

2. Batasan Penelitian

   Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas maka penulis memberikan pembatasan masalah. Dalam hal ini penulis membatasi masalah sebagai berikut :

   a. Penerapan kualitas produk yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk mendapatkan minat konsumen.
   b. Penetapan harga yang dilakukan PT. Gemilang Logam untuk mendapatkan minat konsumen.
   c. Penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk mendapatkan minat konsumen.

G. Penegasan Istilah

Secara konseptual yang dimaksud dengan "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen" adalah sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual
   a. Kualitas Produk (X1)

      Kualitas produk adalah suatu kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan gabungan dari daya tahan, kendala, ketepatan, kemudian pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari sutu produk.[10]

   b. Harga (X2)

      Harga (price) adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh daru suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.[11]

   c. Kualitas Pelayanan (X3)

      Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kulitas atau keunggulan terhadap suatu produk atau jasa layanan berkenaan dengan maksud yang diharapkan.[12] Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan

---

[10] Iful Anwar, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian", Surabaya: *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 4, No. 12, 2015), hlm. 3

[11] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2016), hlm. 39-41

[12] Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian*, (Surabaya: CV Jakad Publising, 2019), hlm. 22

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

d. Minat Beli Konsumen (Y)

Minat beli konsumen yaitu sebuah perilaku yang dilakukan seorang konsumen dalam menunjukkan sejauh mana komitmen konsumen tersebut untuk melakukan tindak kegiatan pembelian atau penggunaan suatu barang atau jasa.[13]

2. Definisi Operasional

Dalam penegasan operasional untuk menjelaskan variabel dalam penelitian ini dibedakan atas:

1) Kualitas produk dalam penelitian ini indikator yang mempengaruhi yaitu estetika, kinerja, kesesuaian, daya tahan, dan kualitas yang dipersepsikan.
2) Harga dalam penelitian ini indikator yang mempengaruhi yaitu keterjangkuan harga, harga sesuai kemampuan daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3) Kualitas pelayanan dalam penelitian ini indikator yang mempengaruhi yaitu bukti fisik, daya tanggap, empati, kehandalan dan jaminan dalam pelayanan.

[13] M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 4

4) Minat beli konsumen dalam penelitian ini indikator yang mempengaruhi yaitu tujuan dalam pembeli sebuah produk, pemprosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, kemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi pada orang lain, dan melakukan pembelian ulang.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan pelaporan dan pembahasan peneliti membuat dalam bentuk skripsi dengan sistematika penulisan dijelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, mengenalkan permasalahan, tujuan dari penelitian, kegunaan dari penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian. Pembahasan yang terdapat dalam pendahuluan menjelaskan terkait suatu hal yang melatar belakangi suatu permasalah untuk diteliti.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang kajian teori yang dijadikan kontributif peneliti untuk melaksanakan penelitiannya. Antara lain landasan teori, riset terdahulu yang membahas perihal yang sama, kerangka konseptual yang digunakan untuk menceritakan alur penelitian, dan hipotesis sementara. Pembahasan yang terdapat dalam landasan teori membahas tentang penjelasanpenjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampling dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan analisis data. Pembahasan yang terdapat dalam metode penelitian membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian data yang dijelaskan di topic yang sesuai permasalahan dan mendiskripsikan informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti dengan prosedur pengumpulan data yang sudah ditentukan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang keterkaitan antar teori yang ditemukan terhadap teori sebelumnya serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang sesuai di lapangan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang dengan membuat dan menganalisis kesimpulan pada penelitian ini setelah mengkaji data dan mendapatkan hasil dari penelitian, dan membuat saran yang membangun dari berbagai pihak.