



Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mebel Iwan Serdang Bedagai

Yani Restiani, Fitrianiingsih, Eka Mayastika Sinaga

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya
Email : yani.yrw@ars.ac.id , fitrianiingsihbk3@gmail.com , mayastikasinaga@gmail.com

Naskah Masuk: 13 Desember 2022; Diterima: 13 Desember 2022; Terbit: 14 Desember 2022

ABSTRAK

Abstrak: Mebel merupakan salah satu kebutuhan penting dalam suatu rumah tangga. Berbagai perabotan rumah tangga seperti tempat tidur, lemari, kursi dan lainnya merupakan salah satu kebutuhan yang perlu dipenuhi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian pada toko mebel Iwan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data dilakukan dengan bantuan software Spss. Sebanyak 60 konsumen dipilih menjadi responden penelitian. Teknik analisis data dengan regresi linear sederhana dan uji hipotesis yang dilakukan adalah uji parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko mebel Iwan.

Kata Kunci : Sikap, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Abstract: Furniture is one of the important needs in a household. Various household furniture such as beds, wardrobes, chairs and others are one of the needs that need to be met. This study aims to analyze the effect of consumer attitudes on purchasing decisions at Iwan's furniture store. This research is a field research with a quantitative approach with data analysis techniques carried out with the help of SPSS software. A total of 60 consumers were selected as research respondents. The data analysis technique used simple linear regression and the hypothesis test that was carried out was a partial test (t test). The results showed that attitude has a positive and significant impact on purchasing decisions at Iwan's furniture store.

Keywords: Attitude, Purchase Decision

Copyright © 2022 STIE Bina Karya Tebing Tinggi

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Sama halnya persaingan di dunia mebel atau perabot, khususnya persaingan perusahaan mebel. Suatu perusahaan apabila ingin sukses dalam persaingan maka harus berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Mengenali perilaku konsumen bukanlah hal yang mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Keuntungan besar atas para pesaingnya.

Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Tjiptono (2012), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara



pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah.

Salah satu aspek penting dalam menentukan keputusan pembelian adalah sikap konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012:173) mendefinisikan perilaku atau sikap konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Mebel merupakan salah satu kebutuhan penting dalam suatu rumah tangga. Berbagai perabotan rumah tangga seperti tempat tidur, lemari, kursi dan lainnya merupakan salah satu kebutuhan yang perlu dipenuhi. Toko mebel Iwan merupakan salah satu toko mebel yang terdapat di Kec. Sei Rampah Serdang Bedagai yang memiliki penjualan yang berbeda-beda setiap periodenya. Berikut disajikan data penjualan pada usaha Mebel Iwan dalam beberapa bulan terakhir:

Tabel 1 Data penjualan

Per bulan	Jumlah Penjualan	Persentase Kenaikan Penjualan
Januari	19Pcs	15%
Februari	21Pcs	17%
Maret	22Pcs	17%
April	30 Pcs	24%
Mei	35 Pcs	27%

Sumber: Toko mebel Iwan

Dari tabel di atas diketahui pada bulan Maret persentase pembelian mulai mengalami peningkatan sebanyak 22 orang (17%) kemudian pada bulan April jumlah pembelian yaitu sebanyak 30 orang (24%), dalam bulan Mei jumlah pembelian sebanyak 35 orang (27%), maka dalam beberapa bulan terakhir terjadi peningkatan pembelian. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen secara parsial dalam menentukan keputusan pembelian.

KAJIAN PUSTAKA

Sikap

Kotler dan Keller (2012:173) mendefinisikan perilaku atau sikap konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

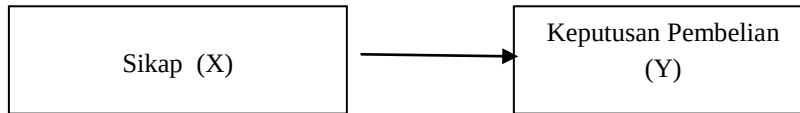
Menurut Thomas & Znaniecki (1920) dalam A. Wawan (2010) sikap adalah predisposisi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu, sehingga sikap bukan hanya kondisi internal psikologis yang murni dari individu (*purely psychic inner state*), tetapi sikap lebih merupakan proses kesadaran yang sifatnya individual. Artinya proses ini terjadi secara subjektif dan unik pada diri setiap individu. Sedangkan Kotler (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:194) mendefinisikan sikap sebagai perilaku yang menunjukkan apa yang disukai dan tidak disukai konsumen

Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Sedangkan menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

KERANGKA KONSEP

Kerangka konsep pada penelitian ini disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka koseptual

Berdasarkan pemaparan di atas hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian adalah kuantitatif. Jenis data pada penelitian ini berasal dari data primer yang dibagikan melalui kuesioner serta melakukan wawancara dan data sekunder yang berasal dari berbagai literatur, jurnal dan dokumentasi pada objek penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang ada pada Usaha Iwan Mebel Desa Firdaus Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai yang berjumlah 60 orang dalam dua bulan terakhir mulai dari April sampai dengan Mei. Karena jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka teknik sampling yang digunakan adalah metode sensus, dimana seluruh populasi yang berjumlah 60 akan di jadikan sebagai sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan dan Analisis data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS. Pengujian yang dilakukan dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen dilanjutkan dengan uji asumsi klasik serta melakukan uji regresi, korelasi dan uji hiptesisi. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Formulasi yang digunakan pada analisis regresi yaitu:

$$Y = a + bX + e$$

di mana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

b = Koefisien regresi dari variabel X

e = Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data dari kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, mayoritas berjenis kelamin pria lebih banyak, yaitu sebanyak 35 orang (58.30%), sedangkan berjenis kelamin wanita, yaitu sebanyak 25 orang (41.70%). Berdasarkan usia, mayoritas responden usia 20-25 tahun lebih banyak yaitu berjumlah 21 orang (35.00%), selanjutnya yaitu usia > 30 tahun berjumlah 18 orang (30.00%), kemudian yaitu usia 25-30 tahun berjumlah 16 orang (26.70%), dan sisanya yang usia 20 tahun berjumlah 5 orang (8.30%).

1. Hasil Uji Validitas

Berikut disajikan hasil uji validitas pada penelitian ini.

Tabel 2. Hasil uji validitas

Sikap (X)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0,845	0,254	Valid
2	0,855	0,254	Valid
3	0,748	0,254	Valid
4	0,601	0,254	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0,641	0,254	Valid
2	0,471	0,254	Valid
3	0,620	0,254	Valid
4	0,732	0,254	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua instrumen memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan jika seluruh pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabel

Hasil uji reliabel pada penelitian ini terlampir pada tabel berikut:

Tabel 3 Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Konstanta	Reliabilitas
Sikap (X)	0,804	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,732	0,6	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian adalah reliabel/handal karena *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (*reliable* dan dapat dipakai sebagai alat ukur).

3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil uji regresi linear sederhana dilampirkan pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil uji regresi linear sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.547	1.676		
	Sikap_X	.457	.088	.860	1.163
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian _Y					

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan dengan formulasi berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 6,547 + 0,457X + e$$

Dari formulasi di atas dapat diuraikan:

- Nilai konstanta (a) sebesar 6,547 menunjukkan besarnya Variabel keputusan pembelian (Y) jika Sikap (X) sama dengan nol.
- Nilai koefisien regresi Variabel Sikap (X) (2) sebesar (0,457) menunjukkan besarnya peranan variabel Sikap (X) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y). Artinya apabila faktor Variabel Sikap (X) meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi Variabel Keputusan Pembelian (Y) meningkat sebesar (0,457) satuan nilai.

4. Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji parsial pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5 Hasil uji hipotesisi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.547	1.676		3.906	.000
	Sikap_X	.457	.088	.565	5.218	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian _Y

Hasil uji hipotesis pengaruh variabel sikap (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dan kurva dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- Terima, Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $< 0,05$
- Tolak, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau Sig. $> 0,05$

Merujuk tabel di atas diperoleh hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,218 Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5%; 60-2 = 58) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,671 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} (5,218) $> t_{tabel}$ (1,671), dan nilai signifikansinya sebesar 0,00 $< 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis diterima, artinya variabel sikap (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) .

Berdasarkan hasil penelitian di atas sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko mebel Iwan hal ini berarti sikap merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik sikap konsumen terhadap toko mebel semakin tinggi keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Ramadhan dan Pangestuti (2018) yang menyatakan sikap konsumen (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk. Selain itu penelitian ini juga mendukung penelitian Solihin,dkk (2020) yang menyatakan Sikap konsumen merupakan salah satu konsep yang paling penting dalam memahami konsumen. Sikap konsumen harus mendapat perhatian penting karena sikap yang positif akan menghasilkan pembelian, bukan hanya dari konsumen yang bersangkutan tetapi juga konsumen dapat merekomendasi kepada teman maupun keluarganya yang berdampak pada pembelian yang dapat menguntungkan perusahaan



KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian yang sudah dibahas di atas, kesimpulan yang dapat dibuat adalah sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko mebel Iwan. Semakin baik sikap konsumen terhadap suatu produk dapat memicu peningkatan keputusan pembelian pada suatu perusahaan.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan yang diharapkan. Khususnya kepada para responden yang bersedia meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner yang telah bagikan.

REFERENSI

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas*. Erlangga, Jakarta.
- Ramadhan M. Afif Fathi dan Edriana Pangestuti. Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk ekolabel (studi pada produk pt ultrajaya jurnal administrasi bisnis (jab)|vol. 57 no. 1 April 2018.
- Sangadji dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Solihin, Winda A., Bernhard Tewal dan Rudy Wenas. Pengaruh Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Unsrat Di Manado), Jurnal EMBA Vol.8 No.1Januari 2020, Hal. 511 – 520.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*, Andi. Yogyakarta
- Wawan, 2010. *Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Popok Bayi Merek Happy Nappy Di Sampit*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sampit, Kalimantan.