BAB I

PENDAHULUAN

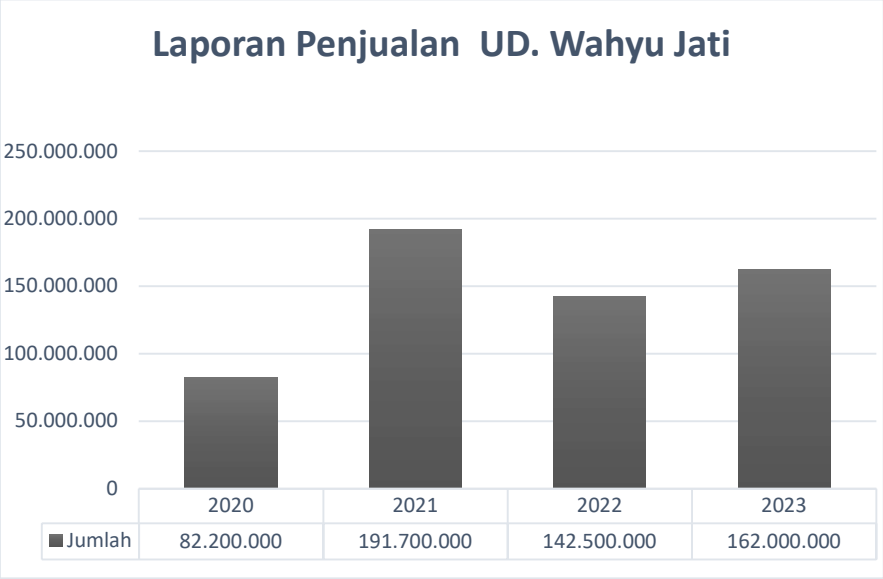
A. Latar Belakang

Pada era globalisasi persaingan bisnis ritel semakin banyak dan menjadikan negara Indonesia sebagai peluang dari serbuan investor ritel asing. Maka dari itu, di bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing dan pada tahun 2015 telah diterapkannya MEA di mana pengusaha asing bebas masuk keluar Indonesia. Di tengah ketatnya persaingan secara global yang mengacu kepada pesaing yang semakin berkembang pesat ini, maka pengusaha diharuskan mempunyai kreativitas dan inovasi dalam menjalankan bisnis dan memperkenalkan bisnisnya ke publik. Salah satu bisnis yang saat ini berkembang pesat yaitu bisnis pada sektor properti, karena masyarakat membutuhkan tempat tinggal sesuai keinginannya dan hal tersebut menjadikan peluang usaha yang tepat dengan sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Perkembangan dunia yang saat ini berjalan dengan sangat pesat, menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat pada seluruh aspek kehidupan. Tidak terkecuali dalam dunia bisnis yang dibuktikan dengan bermunculannya perusahaan – perusahaan baru dan sejenis. Salah satu fenomena yang ada di dalam dunia bisnis pada saat ini yaitu industri mebel yang makin digemari oleh masyarakat di beberapa daerah di Indonesia sebagai lahan untuk mencari nafkah. Hal ini dikarenakan industri mebel Indonesia masih memiliki pamor yang mengkilap di pentas perdagangan dunia (Adi, 2017). Demikian pula

halnya yang terjadi pada usaha Mebel UD. Wahyu Jati Magetan, yaitu sebuah perusahaan industri mebel yang bergerak dibidang pengolahan bahan kayu jati menjadi alat-alat perabotan rumah tangga, yang mana dalam kegiatan penjualan hasil produksinya terus mengalami fluktuasi atau naik turun pada satu tahun terakhir. Mebel UD. Wahyu Jati Magetan dalam memproduksi dan menjual perabotnya berdasarkan pesanan dan persediaan toko, yang artinya Mebel UD. Wahyu Jati Magetan baru memproduksi dan menjual apabila sudah ada pesanan dari pembeli serta untuk persediaan toko yang akan dijadikan pajangan atau contoh. Pemasaran ini memfokuskan pada kebutuhan pelanggan, yang mengkoordinasikan semua kegiatan yang mempengaruhi konsumen. Sebab usaha pemasaran yang terkoordinir yang ditujukan untuk menghasilkan kepuasan konsumen sebagai kunci untuk mencapai tujuan perusahaan.

Oleh sebab itu pihak perusahaan perlu memperhatikan sebagai aspek yang akan mempengaruhi kelancaran dari pada kegiatan pemasaran, seperti pada faktor-faktor ekstern perusahaan yang berasal dari lingkungan pasar atau konsumen, serta faktor-faktor intern perusahaan sebagai dasar pemenuhan kebutuhan atau kegiatan pasar serta calon konsumennya terutama yang menyangkut dengan faktor-faktor lokasi, harga, kualitas produk, *word of mouth* yang kesemuanya ini merupakan variabel-variabel yang terdapat dalam marketing. Selanjutnya untuk melihat perkembangan penjualan Mebel UD. Wahyu Jati Magetan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Gambar 1. 1 Data Laporan Penjualan UD. Wahyu Jati

Sumber : UD. Wahyu Jati (2023)

Berdasarkan data diatas menunjukan bahwasanya perusahaan cenderung fluktuatif berada dititik tertinggi di tahun 2021 dan berada di titik terendah pada tahun 2020. Hal tersebut menandakan ada sesuatu yang kurang dari perusahaan tersebut sehingga menyebabkan tidak stabilnya pendapatan perusahaan. Dalam hal persaingan bisnis di dunia industri mebel yang semakin ketat saat ini, Mebel UD. Wahyu Jati Magetan selalu berusaha menerapkan strategi pemasaran yang baik dengan mengutamakan konsumen agar tidak pergi dan tetap percaya pada keahlian yang dimiliki Mebel UD. Wahyu Jati Magetan. Dengan menghasilkan produk yang berkualitas seperti menggunakan bahan kayu jati agar dapat menghasilkan kualitas yang baik dan mempunyai daya tahan yang kuat untuk jangka waktu yang lama. Konsumen yang memesan produk di Mebel UD. Wahyu Jati Magetan selalu dikerjakan dengan baik dan cepat sehingga pengerjaannya selesai tepat waktu.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti bahwa Usaha mebel produk di Mebel UD. Wahyu Jati Magetan yang mulai didirikan awal tahun 2019 yang berarti Usaha Kayu ini dapat mempertahankan eksistensinya selama 15 tahun dengan membuktikan perkembangan usaha yang dijalankan sejauh ini. Usaha Kayu produk di Mebel UD. Wahyu Jati Magetan memulai proses produksi dan menerima pesanan dengan memulai membuat kursi, meja, almari bahkan menerima pesanan kusen di rumah-rumah maupun sekolah baik yang berada diwilayah tersebut bahkan sampai diluar kota. Dalam proses produksinya Usaha Kayu bukan hanya asal menerima pasokan kayu untuk ketersediaan bahan baku demi keberlangsungan usahanya akan tetapi juga terfokus pada bagaimana cara pemenuhan kebutuhan untuk generasi yang akan datang. Kreatifitasan individual di dalam menerapkan ide-ide dalam suatu produksi menjadi tolak ukur keberhasilan serta melakukan pembaharuan produksi dapat meningkatkan usaha bisnis ditengah persaingan saat ini.

Ditengah bisnis mebel yang semakin meningkat menyebabkan situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat bagi para pemilik usaha. Tingkat persaingan yang semakin tinggi dan ketat mengakibatkan para pemilik usaha harus mampu mengikuti perkembangan pasar dengan memperhatikan peluang dan tantangan yang ada. Para pemilik usaha perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat terutama pada pemilihan lokasi. Lokasi yang tepat dapat menjadikan peluang usaha agar dapat mencapai tujuan usaha. Memilih lokasi yang strategis merupakan salah satu strategi bisnis, selain itu dapat memudahkan para konsumen untuk menuju lokasi usaha tersebut.

Lokasi usaha merupakan tempat suatu usaha untuk beroperasi menghasilkan barang, jasa dan tempat konsumen untuk datang. Salah satu variable pokok dalam Marketing Mix yaitu satuan 4P yang terdiri dari *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi) dan *Place* (Tempat). Salah satu faktor yang berperan penting dalam Marketing Mix untuk membuat keberhasilan pemasaran yaitu Place (Tempat) yang berarti akses. Distribusi lokasi atau tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat dimanapun konsumen berada (Angipora, 2002).

Unsur waktu dan tempat merupakan unsur penting pada penyampaian produk/jasa. Untuk kemudahan dalam mengakses transaksi, kenyamanan dalam melakukan transaksi, kecepatan dalam melayani serta ketepatan waktu dalam penyampaian jasa, merupakan unsur penting bagi pelanggan karena akan menambah nilai bagi toko. Oleh karena itu, didalam penetapan saluran distribusi, produsen hendaknya memperhatikan unsur-unsur yang terkait dalam bauran distribusi (*distribution mix*) yang terdiri dari: sistem saluran, daya jangkau, lokasi, persediaan dan transportasi (Angipora, 2002). Pemilik usaha perlu memutuskan sebuah lokasi usahanya karena pemilihan lokasi usaha menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Mebel UD. Wahyu Jati Magetan yang berlokasi di Warutunggal, Tegalarum, Kec. Bendo, Kabupaten Magetan, Letaknya yang agak masuk dari jalan raya menjadikan Mebel UD. Wahyu Jati tidak terlihat dari jalan raya dan akses

menuju tempat tersebut hanya dapat dilalui sebuah truk ataupun kendaraan pribadi. Keputusan dalam pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan mengalami perubahan pendapatan disetiap tahunnya. Karena kebanyakan dari konsumen beranggapan bahwa lokasi dari suatu tempat usaha akan menentukan alasan bagi konsumen akan tetap tinggal (berlangganan) atau tidak lagi untuk kedepannya. Konsumen beranggapan bahwa lokasi UD. Wahyu Jati Magetan yang strategis akan lebih bagus dan lebih dapat dipertimbangkan konsumen tersebut. Maka dari itu peran lokasi usaha sangat perlu diperhatikan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Puspitaningtyas & Saino (2019), Nangaro et al. (2023), dan Sinaga & Hutapea (2022) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Coanto et al. (2019), yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Selain lokasi, faktor yang menyebabkan keputusan pembelian seseorang yaitu harga. Menurut Suparyanto & Rosad (2015), harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016), harga merupakan jumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk manfaat atau menggunakan produk atau layanan. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang

ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk jasa.

Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan, di samping karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Harga yang terlalu tinggi akan membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita termasuk pada katagori barang mewah superior (berkualitas tinggi). Sedangkan jika harga yang kita tawarkan terlalu rendah, maka dapat membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita adalah interior (berkualitas rendah). Jadi, bukanlah hal mudah bagi sebuah perusahaan dalam menentukan harga, perusahaan harus ekstra hati-hati dalam membuat kebijakan terkait dengan harga karena harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu barang.

Harga yang ditawarkan Mebel UD. Wahyu Jati Magetan. juga sebanding dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Jumlah pelanggan Mebel UD. Wahyu Jati Magetan. cukup banyak. Karena Mebel UD. Wahyu Jati Magetan. juga menawarkan pembelian secara *online*. Jika dibandingkan dengan usaha mebel lainnya, Mebel UD. Wahyu Jati Magetan tergolong menerapkan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan kepada konsumennya. Adapun harga pembanding Mebel UD. Wahyu Jati Magetan dengan usaha mebel lainnya yang ada di kabupaten magetan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Mebel UD. Wahyu Jati Magetan

No	Usaha Mebel	Nama Barang	Harga	Jumlah
1	**Mebel UD. Wahyu Jati Magetan**	Lemari	Rp. 4.500.000.-	1 Unit
		Meja Kantor	Rp. 3.500.000.-	1 Unit
		Meja TV	Rp. 3.000.000.-	1 Unit
		Pintu	Rp. 2.000.000.-	1 Lembar
		Jendela	Rp. 600.000.-	1 Lambar
2	**Jati Balap Mebel**	Lemari	Rp. 3.000.000.-	1 Unit
		Meja Kantor	Rp. 2.500.000.-	1 Unit
		Meja TV	Rp. 2.000.000.-	1 Unit
		Pintu	Rp. 1.000.000.-	1 Lembar
		Jendela	Rp. 400.000.-	1 Lambar
2	**DH mebel**	Lemari	Rp. 4.500.000.-	1 Unit
		Meja Kantor	Rp. 3.000.000.-	1 Unit
		Meja TV	Rp. 2.000.000.-	1 Unit
		Pintu	Rp. 1.000.000.-	1 Lembar
		Jendela	Rp. 500.000.-	1 Lambar
4	**Mebel Berkah jati**	Lemari	Rp. 3.500.000.-	1 Unit
		Meja Kantor	Rp. 3.000.000.-	1 Unit
		Meja TV	Rp. 2.500.000.-	1 Unit
		Pintu	Rp. 1.500.000.-	1 Lembar
		Jendela	Rp. 600.000.-	1 Lambar

Sumber : Observasi Awal (2024)

Berdasarkan pada table 1.1 harga yang diterakan oleh pihak Mebel UD. Wahyu Jati Magetan memiliki harga yang relatif besar dibandingkan dengan usaha mebel lainnya. Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan Mebel UD. Wahyu Jati Magetan juga sebanding dengan kualitas produk yang diberikan.

Hal yang sangat dikhawatirkan oleh Mebel UD. Wahyu Jati Magetan adalah kondisi perubahan harga yang setiap saat bisa terjadi. Jika harga produk menjadi

mahal maka secara otomatis permintaan barang akan menurun dan sebaliknya jika perubahan harga menjadi semakin murah maka permintaan barang akan naik dengan catatan semua keadaan dan faktor lingkungan eksternal dan internalnya bersifat tetap. Perubahan harga ini nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu barang yang ditawarkan kepada pelanggan. Keterkaitan persaingan dalam dunia usaha yang semakin meningkat pada gilirannya akan menjadikan harga menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan. Sementara bagi pelanggan harga tersebut haruslah merupakan refleksi produk yang benar-benar bermutu pada tingkat konsumen yang terjangkau dan diupayakan dapat memenuhi minat beli pelanggan.

Berdasarkan observasi peneliti dengan pemiliki usaha mabel Mebel UD. Wahyu Jati Magetan pak subagyo terdapat fenomena yaitu bahwasanya dalam kegiatan kesehariannya mebel Mebel UD. Wahyu Jati Magetan melakukan penerapan biaya-biaya belum efektif, masih menggunakan perkiraan untuk menetapkan harga jual suatu produk, dan hal seperti itu akan sangat berdampak pada tujuan perusahaan kedepan dengan mengingat saat ini harga bahan baku dan bahan pendukung lainnya sedang mengalami kenaikan harga. Oleh karena itu dalam menentukan harga jual produk, tidak dapat dilakukan menggunakan perkiraan harus sesuai perhitungan atau metode yang tepat dengan menyesuaikan kondisi pasar.

Fenomena tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Selviyani & Zurida (2023), Pandelaki et al. (2023), dan Reven et al (2017) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kutusan

pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fernos & Ayadi (2023), yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keutusan pmbelian.

Dalam dunia bisnis harga sangat menentukan kualitas produk tersebut. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual kepasar. Sedangkan menurut Maramis (2018), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Persaingan produk mebel minimalis antar industri mebel begitu ketat dalam menarik minat konsumen, sehingga beberapa bulan terakhir mengalami penurunan penjualan. Menyadari dengan adanya penurunan tersebut, maka pihak Mebel UD. Wahyu Jati Magetan menginginkan perbaikan didalam pengembangan kualitas produk mebel minimalis karena untuk memenuhi keinginan konsumen guna mempertahankan pelanggan lama dan bisa menarik konsumen lebih banyak lagi. Melihat perkembangan mebel di Magetan yang saat ini terjadi sedang melemah, salah satunya gejala yang paling mencolok dalam perkembangan ekonomi yang berlangsung kurang memadai. Banyak para

pengusaha mebel yang mengeluh dengan tingginya harga bahan baku kayu dan permintaan para konsumen yang menurun drastis.

1. Sehingga para pengusaha mebel banyak melakukan produksinya dengan kualitas bahan baku kayu yang berbeda. Mebel UD. Wahyu Jati Magetan terkenal dengan kualitas bahan baku yang digunakan dalam pembuatan mebel yaitu kayu jati. Kayu jati dikenal sejak lama sebagai bahan baku dalam pembuatan furniture, bahkan 95% pengrajin mebel di Mebel UD. Wahyu Jati Magetan memproduksi perabot permebelannya dengan kayu jati. Kayu adalah jaringan vascular yang menghantarkan air dan garam-garam mineral yang diserap akar keseluruhan bagian tumbuhan dan sekaligus sebagai penunjang mekanik, selain itu kayu merupakan bahan mentah yang dapat diproses untuk dijadikan barang sesuai dengan kemajuan teknologi. Kayu memiliki beberapa sifat yang tidak dapat ditiru oleh bahan-bahan lain, yang dapat dimanfaatkan untuk sesuatu tujuan penggunaan, baik berbentuk kayu pertukangan, kayu industri maupun kayu-kayu bakar (Suhaed, 2004).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik mebel UD. Wahyu jati pak subagyo mengatakan bahwa produk yang dibuatnya selalu mengutamakan kualitas produknya mulai dari bahan baku kayu,lem,serta bahan plitur. Bahkan sampai saat ini belum ada keluhan pembeli terkait kualitas produknya. Oleh karena itu Mebel UD. Wahyu Jati Magetan dituntut bisa memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, sehingga dapat bersaing dengan competitor

(Ubaidillah & Muraeni, 2014). Sehingga kualitas menjadi isu penting dalam memenangkan persaingan bisnis dan isu penting untuk memberikan kepuasan kepada pembeli (pelanggan dan konsumen) karena dengan memberikan produk berkualitas, konsumen akan merasa puas atas produk yang telah ia konsumsi atau dengan kata lain kepuasan konsumen akan tercapai (Frances, 2011).

Hal itu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Coanto et al. (2019) dan Reven et al (2017) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sanjani & Riyanto (2022), yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain faktor diatas, faktor lain yang mempengaruhi minat beli seseorang yaitu *Word Of Mouth*. Menurut Cheung et al. (2008), *electronic word of mouth* adalah ulasan konsumen *online* yang terdiri dari analisis dan komentar yang dibuat dan diposting oleh pengguna akhir dari suatu produk yang telah menghabiskan uang dan menggunakan produk tersebut. Hubungan tersebut dapat mempengaruhi beberapa kondisi seperti kesadaran, persepsi, sikap dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang berawal daru ketertarikan konsumen terhadap suatu produk atau jasa (Kusuma & Wijaya, 2022).

Terdapat permasalahan dari *Word Of Mouth* (WOM) yang ada pada Mebel UD. Wahyu Jati Magetan yaitu keinginan berinteraksi, keinginan melihat pendapat orang lain, dan keinginan mengetahui pengalaman orang lain. Terkait dengan seorang konsumen yang sudah membeli produk di Mebel UD. Wahyu

Jati Magetan sering memperhatikan kualitas produk dan menikmati hasil dari Mebel UD. Wahyu Jati Magetan. Ketika konsumen sudah sudah membeli produk tersebut yang nantinya akan diceritakan kepada saudara, kerabat, keluarga dan tentangga, Karena dari adanya rekomendasi tersebut konsumen yang belum membeli produk di Mebel UD. Wahyu Jati Magetan tersebut akan tertarik, serta suasana yang ada dapat memberikan penilaian, ditambah lagi seorang konsumen bisa memberikan pendapat berupa ulasan yang ada di google maupun pada akun media sosial dari Mebel UD. Wahyu Jati Magetan tersebut yang menjadikan seorang konsumen atau customer lain terpengaruh keputusan pembelian konsumen lain.

Mebel UD. Wahyu Jati Magetan memasarkan atau mempromosikan produknya yang dimiliki pada saat ini dapat dilakukan dengan mudah. Peningkatan minat beli seseorang dapat diukur dan dilihat dari penilaian masyarakat secara langsung. Penilaian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan ini dapat dilihat dari penilaian yang konsumen terkait hasil produk Mebel UD. Wahyu Jati Magetan yang menunjukkan nilai positif dan masukkan-masukan dari konsumen yang sudah berlanganan di Mebel UD. Wahyu Jati Magetan. Dari ulasan mengenai kesan dan pesan untuk Mebel UD. Wahyu Jati Magetan pastinya ada kesan positif dan kesan negatif. Dengan adanya kesan positif yang diberikan konsumen untuk Mebel UD. Wahyu Jati Magetan ulasan tersebut sangatlah positif untuk mengembangkan promosi Mebel UD. Wahyu Jati Magetan dan bisa menjadikan Mebel UD. Wahyu Jati Magetan dikenal masyarakat luas. Sehingga *word of mouth* berpengaruh terhadap munculnya keputusan pembelian seseorang

untuk membeli atau bahkan menjadikan Mebel UD. Wahyu Jati Magetan sebagai langanan untuk kebutuhnya.

Hal itu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Emeralda et al (2020) dan Munawaroh et al (2022), yang menyatakan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Pandelaki et al. (2023), yang menyatakan bahwa *Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Maka dari itu factor seperti lokasi, harga, kualitas produk dan *word of mouth* harus benar-benar diperhatikan oleh Mebel UD. Wahyu Jati Magetan, sebab semua itu menyangkut hubungan dengan minat beli konsumen tersebut dan menjadikan berkesinambungan dengan konsumen secara tidak langsung karena menyangkut kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Jika pengalaman konsumen pada pembelian sebelumnya adalah positif maka konsumen mempunyai kecendrungan untuk mengulangi pembelian dengan memilih kualitas dan harga seseuai dengan kebutuhan pembelian berikutnya. Dari temuan sejumlah riset yang dikemukakan diatas merupakan topik serta isu yang menarik untuk diteliti, meskipun penelitian terdahulu belum menumukan hasil yang konsisten maka dari iuran diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Mebel UD. Wahyu Jati Magetan"**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini terdapat Batasan masalah yang bertujuan untuk menghindari permasalahan yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan meliputi Lokasi, Harga, Kualitas Produk, *Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian.
2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Mebel UD. Wahyu Jati Magetan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan?
4. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan.
2. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan.
3. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan.
4. Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mebel UD. Wahyu Jati Magetan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan dalam penelitian ini merupakan beberapa kontribusi yang mampu dihasilkan yaitu:

a. Bagi Akademis

Dapat memperluas pengetahuan dan dapat memberikan sumbangan maupun informasi mengenai pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dalam bidang pemasaran.

b. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dan literatur – literatur yang lain, serta membandingkanya dengan kenyataan yang terjadi sebenarnya dan dapat memberikan gambaran mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang.

c. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen tentang hal yang perlu diperhatikan sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan konsumen menjadi lebih cerdas dalam memutuskan untuk membeli di suatu objek tersendiri dan puas dengan apa yang telah di melakukan pembelian.