

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Situasi dan pertumbuhan dunia bisnis di Indonesia kali ini mengalami laju pertumbuhan yang signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya perusahaan baru yang bermunculan baik dalam sektor produksi maupun layanan, yang menawarkan berbagai macam produk. Persaingan menjadi semakin sengit seiring meningkatnya impor produk dengan harga yang lebih terjangkau. Dalam kondisi ini, inovasi dan strategi yang tepat menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan dan ada di jalur yang benar di tengah persaingan yang ketat.

Pertumbuhan sektor usaha di Indonesia juga memberikan pengaruh terhadap industri perabotan rumah. Para pengusaha di bidang *furniture* kini menghadapi persaingan yang ketat dalam usaha menarik perhatian konsumen. Kondisi ini mendorong mereka untuk menyediakan produk yang menarik dan berkualitas agar dapat bersaing di pasar. Meskipun *furniture* tergolong sebagai kebutuhan sekunder, kebutuhan ini tetap memiliki nilai penting bagi masyarakat. Diperkirakan industri *furniture* akan terus mengalami pertumbuhan meskipun penjualannya tidak spesifik kebutuhan sehari-hari. Salah satu alasan utamanya adalah meningkatnya perhatian masyarakat dalam melengkapi rumah mereka dengan *furniture* yang nyaman dan sesuai dengan tren yang ada (Pranawukir et al., 2021).

Indonesia mempunyai potensi pengembangan industri *furniture* yang sangat besar, kekayaan alam yang melimpah untuk bahan baku, sumber daya manusia yang

kreatif, budaya beragam untuk desain unik, dan dukungan pemerintah yang kuat menjadikan industri *furniture* di Indonesia siap melesat maju.

Industri *furniture* Indonesia menunjukkan performa yang gemilang dengan menempati posisi lima besar industri dengan perkembangan tercepat pada tahun 2019. Capaian ini dibuktikan dari peningkatan nilai ekspor sebesar 14,6%, mencapai \$1,95 miliar pada tahun 2019 bila dibandingkan di tahun 2018 (Sumber: Dirjen IKMA Kemenperin, 14 Maret 2020). Dirjen IKMA Kemenperin menambahkan bahwa Indonesia berada di urutan kelima dalam hal ekspor *furniture* di Asia, dengan Tiongkok, Vietnam, Malaysia, dan Taiwan sebagai negara-negara yang menduduki peringkat di atasnya. Pencapaian ini menunjukkan posisi strategis Indonesia dalam industri di kawasan Asia (Gunadi, 2021).

Industri *furniture* di Indonesia tengah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dan sudah menyebar di hampir seluruh provinsi. Beberapa daerah yang dikenal sebagai pusat produksi *furniture* termasuk Pasuruan, Jepara, Bali, Probolinggo, Sidoarjo, Sukoharjo, dan Gresik. Meningkatnya permintaan pasar secara konsisten mendorong kemajuan dalam sektor ini. Hal ini menghasilkan beragam merek *furniture* dengan berbagai jenis di berbagai perusahaan, baik yang berukuran besar maupun yang kecil. Minat masyarakat yang tinggi terhadap barang-barang *furniture* menciptakan persaingan yang cukup sengit dalam sektor ini.

Ditengah situasi persaingan usaha yang semakin sengit, khususnya antar pelaku usaha sejenis, kemampuan dan strategi tepat dalam menarik minat konsumen menjadi kunci utama untuk meraih kesuksesan. Memahami kebutuhan, harapan, dan

permintaan konsumen merupakan informasi berharga bagi pengusaha guna menyusun rencana pemasaran yang terarah. Dengan memahami konsumen, pengusaha dapat menawarkan produk dan layanan yang sejalan dengan preferensi mereka, sehingga dapat memperkuat kepuasan pelanggan serta mendorong loyalitas. Kotler & Amstrong dalam (Atmojo et al., 2022).

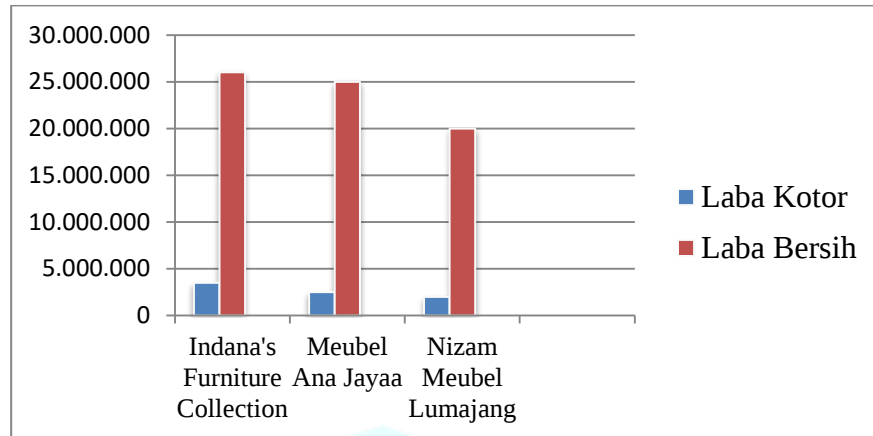
Indana's Furniture Collection merupakan toko *furniture* lokal yang berlokasi di Dusun Sekarwadung, Desa Karangbendo, Kecamatan Tekung, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Toko *furniture* ini berdiri sejak tahun 2014 yang berarti sudah berjalan selama 11 tahun. *Indana's Furniture Collection* menawarkan berbagai jenis barang dan jasa *furniture* untuk keperluan rumah, kantor, serta dekorasi. *Indana's Furniture Collection* menyediakan semua yang diperlukan untuk *furniture* seperti *furniture* untuk ruang tamu (*living room*), *furniture* untuk ruang makan (*dining room*), *furniture* untuk kamar tidur (*bedroom*), *furniture* untuk kantor (*office furniture*), *furniture* untuk dapur (*kitchen furniture*), dan *furniture* untuk ruang keluarga (*family room*).

Indana's Furniture Collection menyediakan layanan pembuatan *furniture* sesuai pesanan yang dapat disesuaikan dengan motif, ukuran, warna, dan jenis *finishing* yang anda inginkan. Selain menyediakan *furniture* yang dibuat khusus, *Indana's Furniture Collection* juga menawarkan layanan perawatan untuk berbagai jenis *furniture*, termasuk sofa, lemari kayu, kursi kayu, meja, *springbed*, *buffet*, dan barang berbahan aluminium. *Indana's Furniture Collection* juga memberikan garansi untuk semua produk yang dibeli oleh para konsumen agar mereka merasakan ketenangan

dan kepuasan yang berkelanjutan. Tidak hanya itu, *Indana's Furniture Collection* juga menyediakan layanan pengiriman yang praktis, mudah dan nyaman.

Berdasarkan dari artikel yang diterbitkan oleh Radar Digital (2023), kampung mebel di Dusun Pasinan Desa Karangbendo Kabupaten Lumajang ini memiliki potensi *furniture* yang selalu konsisten dalam penjualan setiap tahunnya. Salah satunya sentra pengrajin mebel yang bernama Nizam *Meubel* milik bapak Ghozi di kampung mebel dusun Pasinan. Mebel tersebut memproduksi berbagai macam meja dan sofa. Usaha yang sudah dirintis sejak tahun 2017 ini sudah dikenal sampai luar daerah Kota Lumajang, seperti Jember dan Probolinggo.

Banyak masyarakat desa Karangbendo yang lebih mengenal produk *furniture* hanya di kampung mebel Dusun Pasinan. Namun sebenarnya ada banyak di Desa Karangbendo yang juga menawarkan produk *furniture* berkualitas tinggi, salah satunya adalah *Indana's Furniture Collection* ini. Di *Indana's Furniture Collection* ini dapat di temukan berbagai macam *furniture* yang tidak kalah indah dari tempat lain, dan juga tahan lama dengan menggunakan bahan berkualitas tinggi serta dibuat dengan penuh perhatian terhadap detail sesuai selera dan kebutuhan mereka. Dengan berbagai pilihan desain yang modern dan klasik, *Indana's Furniture Collection* menjadi opsi yang tepat bagi mereka yang memerlukan keindahan serta kualitas dalam setiap sudut rumahnya. Selain itu, *Indana's Furniture Collection* juga menyediakan layanan kustomisasi yang memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan *furniture* sesuai dengan ukuran dan gaya yang diinginkan oleh konsumen.



Gambar 1.1 Penghasilan laba bersih dan laba kotor

Sumber : Data penjualan dari *Indana's Furniture Collection*, *Meubel Ana Jaya*, dan *Nizam Meubel* (Januari 2025)

Grafik diatas menunjukkan perbandingan laba bersih dan laba kotor dari ketiga usaha meubel di Karangbendo. Dimana *Indana's Furniture Collection* memiliki penghasilan kotor sebesar Rp. 26.000.000 dengan laba bersih Rp. 3.500.000, sedangkan *Meubel Ana Jaya* berpenghasilan kotor Rp. 25.000.000 dengan laba bersih Rp. 2.500.000, dan yang paling rendah yaitu *Nizam Meubel* dengan penghasilan laba kotor Rp. 20.000.000 dan laba bersih Rp. 2.000.000. Dari hasil tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa *Indana's Furniture Collection* memiliki hasil penjualan yang lebih tinggi diantara ketiganya.

Selain itu, *Indana's Furniture Collection* dikenal dengan pelayanan pelanggan yang ramah dan profesional. Tim di toko *furniture* ini siap membantu dalam menetapkan produk yang sejalan dengan preferensi dan keperluan. Proses pemesanan dengan mudah dan pengiriman yang tepat waktu menjadikan pengalaman berbelanja

semakin menyenangkan. *Indana's Furniture Collection* juga bertekad untuk memanfaatkan bahan-bahan berkualitas tinggi dan ramah lingkungan dalam setiap produk yang ditawarkan. Hal ini menjadikan setiap pembelian tidak hanya sebagai investasi untuk rumah, tetapi juga sebagai langkah untuk mendukung keberlanjutan. Bagi yang sedang mencari *furniture* yang tidak hanya praktis tetapi juga menarik secara visual, kunjungan ke *Indana's Furniture Collection* akan membuka berbagai pilihan yang dapat mempercantik ruangan. Dengan mutu yang terjamin, desain yang menawan, serta harga yang ekonomis, *Indana's Furniture Collection* siap menjadi mitra dalam menciptakan ruangan impian.

Keberlangsungan suatu perusahaan sangat bergantung pada pilihan yang diambil oleh konsumen. Keberhasilan produk yang disediakan oleh perusahaan ditentukan oleh seberapa besar keterlibatan dan minat dari konsumen. Semua usaha promosi dan inovasi produk dilakukan oleh perusahaan akan menjadi sia-sia jika konsumen tidak menemukan barang atau layanan yang cocok dengan kebutuhan serta harapan mereka. Oleh sebab itu, mengenali keinginan dan preferensi konsumen adalah hal yang sangat krusial bagi suatu bisnis. Pengetahuan ini memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan yang lebih baik serta lebih teredukasi saat memilih produk (Aminah & Widowati, 2023).

Keputusan pembelian konsumen merupakan pilihan yang dibuat berdasarkan *brand* yang tersedia di dalam daftar pilihan serta keinginan konsumen untuk membeli *brand* yang paling diminati. Dalam langkah ini, mereka menilai dan memilih produk yang paling sesuai menurut pandangan mereka. Mengenali perilaku konsumen

menjadi hal yang sangat krusial bagi produsen untuk merancang produk yang memenuhi keinginan pasar. Dengan memahami cara pikir dan perilaku konsumen, produsen mampu menciptakan produk yang sesuai dengan target, sehingga meningkatkan kesempatan untuk meningkatkan penjualan dan profit (Febrianti, 2013).

Konsumen membuat keputusan untuk membeli setelah merencanakan dengan baik, yang tergantung pada seberapa aktif mereka dalam memilih produk dan situasi saat pembelian, serta reaksi yang timbul setelah pembelian produk tersebut. Bila produk yang diambil tergolong mendesak, baik dari segi finansial maupun psikologis, hal ini dapat memicu konsumen untuk meluangkan tenaga, usaha, dan waktu dalam mencari informasi dari awal (Tjiptono and Diana, 2019).

Industri *furniture* saat ini mengalami perubahan besar. Konsumen zaman sekarang menjadi lebih paham dan memiliki harapan yang tinggi. Mereka tidak hanya membeli *furniture* untuk kebutuhan dasar, tetapi juga untuk mengekspresikan diri dan sebagai investasi jangka panjang. Aspek estetika, kualitas, harga dan fungsi menjadi pertimbangan utama, namun pengalaman berbelanja yang unik dan personal juga semakin dihargai.

Indana's Furniture Collection memproduksi berbagai macam *furniture* mulai dari sofa, kursi, *springbed*, almari, hingga *buffet* yang mempunyai klasifikasi harga untuk semua kalangan, sehingga seluruh konsumen dapat membeli produk *Indana's Furniture Collection* sesuai dengan kualitasnya. Berikut daftar harga produk *Indana's Furniture Collection* tahun 2025:

Tabel 1.1 Daftar nama barang serta harga produk di *Indana's Furniture Collection*

Nama Barang	Harga
Sofa	Rp. 4.250.000 – Rp. 4.750.000
Kursi Jati	Rp. 3.750.000 – Rp. 8.500.000
<i>Springbed</i>	Rp. 2.500.000 – Rp. 4.750.000
Almari	Rp. 2.000.000 – Rp. 4.500.000
<i>Buffet</i>	Rp. 1.800.000 – Rp. 5.500.000

Sumber : *Indana's Furniture Collection* 2025

Seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.1 bahwasannya *Indana's Furniture Collection* yang menawarkan beragam *furniture* dengan variasi harga yang beragam dan ekonomis dengan kualitas yang baik, sehingga mampu mengakomodasi kebutuhan dan anggaran setiap pelanggan. Hal ini yang mendorong konsumen untuk terus berbelanja di *Indana's Furniture Collection* dan tidak mencari alternatif lain.

Keputusan pembelian *furniture* tidak cuma didorong oleh faktor rasional seperti harga dan kualitas, namun juga oleh faktor psikologis yang kompleks. Emosi, persepsi, serta motivasi pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk preferensi dan keputusan mereka. Seseorang memilih *furniture* tertentu karena menciptakan rasa nyaman dan hangat di rumah dan juga karena sesuai dengan gaya hidup yang diinginkan.

Salah satu faktor rasional keputusan pembelian adalah Faktor Psikologis. Faktor psikologis merujuk pada metode yang berguna untuk memahami emosi individu, menghimpun serta mengevaluasi keterangan, merumuskan pemikiran serta pandangan, serta melakukan aksi (Lamb, 2001:224). Faktor psikologis merupakan dorongan internal yang mempengaruhi keputusan seseorang mengenai sesuatu

berdasarkan atas fleksibilitas pada penggunaan suatu produk, hasrat yang berlebihan dan kemudahan dalam memakai produk tersebut dibandingkan dengan orang lain (Simanihuruk, 2020). Faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, dan sikap dapat mempengaruhi bagaimana konsumen menilai produk dan merek *Indiana's Furniture Collection* sehingga bisa memahami bagaimana faktor-faktor ini berperan dalam proses pengambilan keputusan konsumen dapat menawarkan pemahaman penting untuk perencanaan pemasaran dan pengembangan produk. Alasan digunakannya variabel dalam penelitian ini yaitu untuk mengenali faktor psikologis yang berdampak pada perilaku konsumen sangat krusial bagi perusahaan untuk merancang rencana pemasaran yang efisien, karena ketika konsumen merasa terhubung secara emosional dengan merek cenderung akan melakukan pembelian dan menjadi pelanggan setia. Psikologis konsumen mencakup pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan. Memahami motivasi dibalik keputusan pembelian dapat membantu perusahaan menyesuaikan penawaran.

Penelitian tentang pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian menghasilkan temuan yang beragam. Berdasarkan penelitian dari Haida et al. (2022) Faktor psikologis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini karena sifat psikologis berkaitan dengan ciri-ciri intrinsik atau esensial dari tiap individu konsumen. Sedangkan di sisi lain penelitian dari Oley et al. (2024) mengindikasikan bahwa faktor psikologis tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, fenomena *Word Of Mouth* (WOM) juga menjadi pilihan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. *Word Of Mouth* (WOM) adalah metode pemasaran yang mendukung interaksi di antara konsumen dan mendorong percakapan di antara mereka. *Word Of Mouth* (WOM) mencakup penyebaran informasi menggunakan berbagai metode, termasuk komunikasi verbal, tertulis, dan media elektronik, diantara individu yang berkaitan dengan keuntungan atau interaksi pribadi yang berkaitan dengan pengadaan atau penggunaan berbagai jenis barang atau jasa (G. ayu Anggreni & Febrina Hambalah, 2022). Di era digital saat ini, informasi tentang produk dan merek sering kali disebarkan melalui media sosial dan *platform online* lainnya. WOM yang positif dapat memperkuat keyakinan konsumen serta mendorong mereka untuk melaksanakan sebuah pembelian. Oleh sebab itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana WOM berinteraksi dengan faktor psikologis di *Indana's Furniture Collection*. Alasan digunakannya variabel dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan bahwa WOM tidak hanya sebagai faktor komunikasi tetapi juga bisa membentuk keputusan pembelian konsumen. Jika banyak orang merekomendasikan suatu produk, konsumen pastinya akan mengikuti tren saat ini. Dengan adanya WOM menjadikan biaya promosi yang rendah dan bisa menarik para konsumen dengan mudah.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Beberapa penelitian seperti Nisa (2022) mengindikasikan bahwa *word of mouth* mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Di sisi lain, penelitian lain seperti N.

Anggreni et al. (2023) yang mengindikasikan bahwa *word of mouth* tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Customer Experience atau pengalaman pelanggan juga merupakan elemen kunci yang tidak dapat diabaikan. *Customer Experience* merupakan suatu pengalaman yang dialami oleh seorang pelanggan yang telah merasakan sensasi dari produk atau barang yang telah mereka beli, sehingga mereka telah memahami keunggulan dari produk atau barang tersebut (Sari & Kapuy, 2021). Pengalaman yang baik ketika berinteraksi dengan suatu merek dapat membangun kesetiaan dan mendorong para pembeli untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Alasan digunakannya variabel dalam penelitian ini adalah untuk memahami bahwa perbaikan *customer experience* tidak hanya berfungsi untuk memikat pelanggan baru namun juga menjaga pelanggan yang sudah ada. Pengalaman pelanggan juga akan memberikan umpan balik yang berharga bagi perusahaan untuk menaikkan mutu produk dan layanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dalam keputusan pembelian di masa depan. Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengalaman pelanggan di *Indana's Furniture Collection* dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh *customer experience* terhadap keputusan pembelian. Beberapa penelitian seperti Erry Adnyani (2023), Cholis et al. (2023), dan Widia & Kumbara (2024) menunjukkan bahwa *customer experience* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan menggabungkan ketiga faktor ini, Faktor Psikologis, *Word Of Mouth*, dan *Customer Experience* diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh

terkait dinamika yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di *Indana's Furniture Collection*. Hasil dari penelitian ini tidak hanya berguna bagi perusahaan dalam merancang rencana pemasaran yang lebih efisien, namun juga mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang lebih efektif, serta juga dapat memunculkan kontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan dalam sektor pemasaran dan perilaku konsumen.

Terinspirasi oleh fenomena dan latar belakang yang menarik, penelitian proposal skripsi ini mengangkat judul “Pengaruh Faktor Psikologis, *Word Of Mouth*, dan *Customer Experience* Terhadap Keputusan Pembelian di *Indana's Furniture Collection*”.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi untuk memfokuskan penelitian dan mempermudah proses pengumpulan data dan analisis. Luasnya permasalahan yang ditelaah dalam penelitian ini bisa menyulitkan proses pengumpulan data yang tepat serta relevan.

1. Penelitian ini berfokus pada penelusuran Bagaimana Faktor Psikologis, *Word Of Mouth* dan *Customer Experience* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di *Indana's Furniture Collection*.
2. Responden penelitian ini adalah pelanggan *Indana's Furniture Collection*.

1.3 Rumusan Masalah

Berlandaskan batasan masalah yang telah ditentukan, pertanyaan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di *Indana's Furniture Collection*?
2. Apakah terdapat pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di *Indana's Furniture Collection*?
3. Apakah terdapat pengaruh *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian di *Indana's Furniture Collection*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di *Indana's Furniture Collection*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di *Indana's Furniture Collection*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* terhadap Keputusan Pembelian di *Indana's Furniture Collection*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yang sejalan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan kewajiban akademik dan meraih gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1) di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, yang merupakan pencapaian penting dalam perjalanan pendidikan penulis.

- b) Meningkatkan pemahaman dan memperkaya teori tentang bagaimana Faktor Psikologis, *Word Of Mouth* dan *Customer Experience* mempengaruhi minat konsumen dalam membeli suatu produk.
- c) Memberikan pedoman referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diantisipasi dapat menyediakan sumbangsih yang berharga bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan baru dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, terutama bagi para akademisi dan mahasiswa di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- b) Memperkuat kapasitas peneliti dalam melakukan sebuah penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya Faktor Psikologis, *Word Of Mouth* dan *Customer Experience*.
- c) Melalui penelitian ini, penulis bermaksud untuk membantu pemilik usaha dalam memahami elemen-elemen yang mempengaruhi penjualan serta minat beli konsumen dan merumuskan strategi pemasaran yang efisien untuk meningkatkan keuntungan serta daya saing perusahaan.