article Septber_SYAMSURIZAL HASAN_r2

by Syamsurizal Hasan_2

Submission date: 31-Aug-2020 11:33AM (UTC+0700)
Submission ID: 1376741254
File name: Syamsurizal_hasan_20200715_revisi_2.docx (118.19K)
Word count: 3556
Character count: 23069

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis
Vol. 11. No.1, Maret 2020: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PAYMENT SYSTEMS ON CUSTOMER DECISIONS TO PURCHASE MEUBEL AS A TERSIER PRODUCT IN COMPETITIVE EFFORTS WITH E-COMMERCE AND GLOBAL SOCIO-ECONOMIC CHANGES.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL SEBAGAI PRODUK TERSIER DALAM UPAYA BERSAING DENGAN *E-COMMERCE* DAN PERUBAHAN SOSIO-EKONOMI GLOBAL.

Samsurijal Hasan[1]

[1]Jurusan Ilmu Kewirusahaan Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai
Jl. Tuanku Tambusai No.23, Bangkinang, Kec. Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau 28412
E-mail : samsurijal.sfmc@gmail.com

Abstract: Furnitures product are tertiary products whose sales in deliberate condition. Where these products were purchasing in uncertain condition such us wedding preparation, buy a new furniture for a new house or office used. Most of customer need several times (1-2 years) for repeat order. Quality products and competitive prices are important things that must be sought by every company if you want the products produced can compete in the market. This study focusing in quantifying the contribution of Product quality, Price and Payment system in order to customer product decision along with the challenge against the E-Commerce and changes of Global Socio-Economic. The data analysis derived after two main sources which are customer questioner as primary data and company report along with observation as secondary data. Statistical analysis was conducted to determine the contribution of product quality, Price, and Payment system. The feasibility of this business unit in current global Socio-Economic condition. Product quality, price and payment system variables have a significant effect on customer purchasing decisions. The relationship betwen independent variable against the dependent variable is high at 0.893 with a contribution of 79.10% while the remaining 20.90% is influenced by other variables outside the research model. Based on this study, existence of E-Commerce for this product is not significant. Due to, high cost of shipping the product. Furniture stores is still promising compares to E-Commerce Store. Unfortunately, the descent of global economy gives a big impact to customer purchasing ability.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Purchasing Ability, Product Quality, Price, E-Commerce, Global Socioeconomic*
Keywords: *Kepuasaan Pelanggan, Kemampuan Beli Pelanggan, Kualitas Produk, E E-Commerce, Sosial Ekonomi Global*

PENDAHULUAN

Terbangunnya sebuah produk yang berkualitas akan sangat membantu perusahaan dalam bersaing dengan produl lainnya di pasaran. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk akan memberikan nilai kepuasaan terhadap pruduk yang dihasilkan perusahaan, dengan menghasilkan produk berkualitas tentunya berdampak pada produk yang dihasilkan. Terbangunnya kualitas kualitas suatu baru akan di

rasakan manfaatnya oleh konsumen dan menciptakan nilai image yang baiik dimata konsumen yang mengarah pada kepuasan konsumen baik secara fisik maupun pada psikologis. (Tjiptono,2010; Hasan, 2020).

Ditambah lagi, perabotan Rumah merupakan kebutuhan tersier dan memiliki ketahanan pemaikan yang cukup lama dimana satu customer membutuhkan waktu minimal 1-2 tahun untuk melakukan pembelian ulang *(repeat order)*.

Bersadarkan laporan internal (2019), bahwa penjualan meubel pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel tidak mencapai target dan mengalami fluktuasi bahkan penurunan. Diaman Meubel BHR mencapai target penjualan 71.99% dan Dzikra Meubul hanya mampu mencapai 66.71 %.

Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel merupakan salah satu reseller perabotan rumah tangga dengan sistem pembayaran baik tunai/cash maupun cicilan/kredit di Kecamatan Kampar. Produk- produk yang dijual Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel seperti Lemari pakaian, Tempat tidur, Meja makan, Kasur springbed dan masih banyak lainnya.

Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel berbagai jenis barang memiliki diskon yang bervariasi, mulai dari diskon 10% hingga diskon 25%. Hal ini memperlihatkan bahwa Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel memberikan ketertarikan bagi pelanggan agar dapat membeli produk yang mereka pasarkan. Meskipun terkadang Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel juga melakukan tukar tambah barang-barang yang sudah kurang dilirik oleh pelanggan.

Fenomena yang terjadi dari segi kualitas produk, konsumen masih merasa bahwa produk yang dijual melalui pengusaha industri meubel yang ada di Kecamatan Kampar masih kurang memiliki kualitas yang baik, masih adanya keluhan konsumen tentang barang yang rusak sedangkan barang baru beberapa hari dibeli, begitu juga dengan harga masih dirasa masih mahal oleh konsumen. Serta sistem pembayaran yang ada masih kurang memuaskan konsumen membuat konsumen lebih memilih membeli mebel di luar Kecamatan Kampar. Sistem pembayaran yang ada pada usaha meubel di Kecamatan Kampar menggunakan sistem tunai dan cicilan, namun masih banyaknya konsumen yang mengeluhkan syarat untuk cicilan dan besarnya bunga yang diberikan sehingga konsumen lebih memilih tunai dibandingkan cicilan. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tentu berdampak akan penjualan industri meubel. Semakin meningkatkan kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembeli untuk membeli dan akan meningkatkan penjualan, namun begitu pula sebaliknya.

Negara Indonesia menjadi Negara yang mengungkan tingkat adopsi E-Commerce paling tinggi di dunia. Dimana pengguna internet yang kurang lebihn mencapai 90% dengan rentang usia 16 tahun hingga 64 tahun dengan transaksi pembelian /belanja secara online (Suci, 2017). Hingga sampai dengan sekarang keberadaan e-commerce menjadi tantangan cukup besar karena memberikan dampak yang luar biaasa terhadap pemilik bisnis yang menjalankan sector bisnis secara fisik di tambah dengan terjadi perubahan yang cukup drastic akan perubahan ekonomi global yang memberikan dampak besar terhadap daya belin di masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Value akan mejadi standart dan ukuran dari sebuah produk dan kepuasaan. Produk yang berkualitas di pastikan akan memberikan nilai kepada konsumen karena itu akan menjadi sangat penting guna menciptakn kepuasaan terhadap pelanggan akan produk yang dimiliki. Bagaimana sebuah produk

Vol. 15. No. 1, Maret 2018: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

memiliki kualitas yang baik dan tinggi ketika produk yang dihasilkan mampu memberikan kepuasaan dan memuaskan secara psikologis akan produk tersebut hingga disebut produk tersebut berkualitas (Kotler & Amstrong (2012).

Kebutuhan akan muncul kembali ketika pelanggan percaya akan kulitas produk tersebut. Terbangunnya sebuah citra yang baik dimata konsumen terhadap produk yang dihasilkan tentunya akan menghasilkan persepsi, dan sudut pandang terhadap produk. Ketika produk yang dinikmati oleh pelanggan tentunya akan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk setia dengan produk tersebut. (Tjiptono,2010).

Penetuan harga merupakan prosuder penting yang harus penjuaal laksanakan untuk memastikan kehadiran laba. Banyak faktor yang harus diperhatikan oleh penjual *(Seller)*. Menurut Basu Swastha dalam Anggar, (2012), ada 7 faktor penting yang mempengaruhi penentuan harga iaitu keadaan perkenomian, permintaan dan penawaran pasar, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan penjual, serta pengawasan pemerintah.

Dahulunya diskon dan pemasaran produk melalui iklan merupakan faktor besar yang menentukan berhasilnya penjualan suatu produk. Akan tetapi dewasa kini, sistem pembayaran hadir sebagai faktor baru dalam menentukan bagi pelanggan dalam membeli barang. Transaksi yang terjadi terus mengalami evolusi yang begitu cepat dan sudah berabad abad, hal ini bias dilihat terus berkembangnya system pembayaran dalam setiap transaksi yang digunakan. Perubahan pembayaran dapat dilihat dari alat transaksi berupa koin, berganti dengan kertas dan alat lainnya dalam setiap transaksi.

Sampainya informasi dari pemasar kepada pelanggan akan produk baik itu atribut produk, nilai akan produk, dan merek perusahaan serta atribut lainnya tentunya akan menjadi sangat penting. Hal ini dilakukan agar konsumen mendapatkan kepuasan terhadap produk/merek serta atribut lainnya. Konsumen adalah orang yang memutuskan untuk membeli atau tidaknya akan produk tersebut (Hasan, 2020; Kotler & Keller, 2016; Sigit, 2016)

Ketiga faktor (pengaruh harga, desain produk, dan kualitas produk harga, desain produk) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Hariyanto, 2016).

Negara Indonesia mempunyai ketergantungan yang tinggi terhadap pada perdagangan, produksi dan finansial internasional. Pergojalakan terhadap ekonomi nasional sangat memperangaruhi daya beli nasiona ataupun lokal (Suprijanto, 2011).

E-commerce sebagai primadona dalam kegiatan jual beli pada dewasa ini. Akan tetapi biaya pengiriman barang menjadi faktor bagi pembeli dalam keputusan untuk membeli produk, dalam kondisi ini barang dengan dimensi besar masih dikuasai oleh pemilik toko konvensional (Suci, 2017, Hasan & Suryana, 2019)

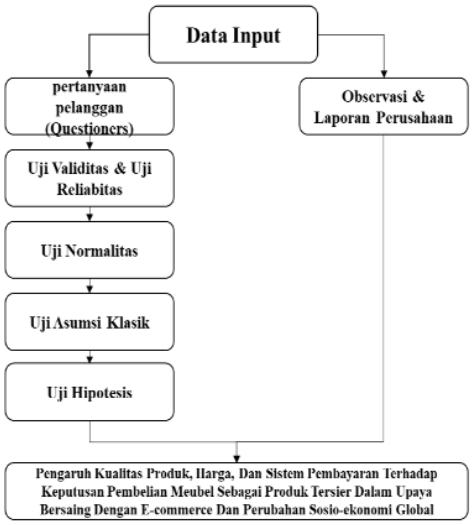
METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan Pada Industri Mebel yang berada di Kabupaten Kampar. Dua Indusri meubuel dipilih sebagai sampel penelitian.

Kajian ini merupakan kajian kualitatif dimana nalisis data dilakukan berdasarkan dua (2) sumber data utama yaitu pertanyaan pelanggan *(Questioners)* sebagai data primer dan laporan perusahaan serta observasi lapangan sebagai data sekunder. Analisis statistik dilakukan untuk menentukan kontribusi kualitas produk, harga, dan sistem pembayaran. Kelayakan unit bisnis ini dalam kondisi Sosial-Ekonomi Global saat ini. Variabel kualitas produk, harga dan sistem pembayaran memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis
Vol. 15. No.1, Maret 2018: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

pembelian pelanggan sebagaimana di sajakan pada gambar 1.



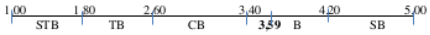
Gambar 1. Alur kerja peniltian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang paling banyak dalam penelitian ini mempunyai jenis kelamin wanita, karena wanita lebih sering membeli perabotan dan furniture rumah tangga. Sedangkan dilihat dari pendidikan, jenis pendidikan yang terbanyak adalah SLTA. Kemudian dilihat dari rentang umur, rentang umur 30-45 tahun merupakan yang terbanyak disebabkan oleh pada usia ini merupakan usia yang membeli perabotan dan furniture. Dilihat dari pekerjaannya, responden terbanyak memiliki profesi Ibu Rumah Tangga. Ibu Rumah Tangga memiliki pekerjaan untuk menata ruang dan mengisi rumah dengan perabotan dan furniture agar lebih indah. Responden melakukan pengisian kuisioner di Istana Meubel BHR dan Dizkra Meubel. Kuisioner diisi sendiri oleh sebagian responden dan sebagian lagi meminta peneliti yang membantu menuliskan jawaban.

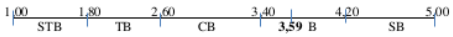
Analisa Deskriptif

Secara keseluruhan tanggapan responden untuk semua pernyataan untuk indikator variabel kualitas produk diperoleh skor rata-rata sebesar 3,59 dengan nilai skor maksimal sebesar 5,00. jika hasil ini disajikan dalam garis interval, maka diperoleh hasil sebagai berikut:



Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel harga. Dari tanggapan responden tertinggi sebesar 4,18 dengan kategori Baik untuk indikator harga bersaing yakni Konsumen merasa harga meubel pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel memiliki harga bersaing dengan kompetitor. Hal ini menjelaskan bahwa secara umum bahwa harga bersaing dengan kompetitor yang jelas diterima baik oleh konsumen, sehingga pihak Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel sebaiknya dapat mempertahankan harga bersaing tersebut.

Secara keseluruhan tanggapan responden terhadapa sistem pembayaran diperoleh skor rata-rata sebesar 3,59 dengan nilai skor maksimal sebesar 5,00. jika hasil ini disajikan dalam garis interval, maka diperoleh hasil sebagai berikut:



Dari tanggapan responden tertinggi sebesar 3,81 dengan kategori Baik untuk indikator cicilan yakni konsumen merasa terbantu dengan adanya system pembayaran secara cicilan saat membeli meubel pada Istana meubel BHR dan Dzikra meubel. Hal ini menjelaskan bahwa secara umum bahwa sistem pembayaran secara nyicil saat membeli perabotan diterima baik oleh konsumen, sehingga pihak Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel sebaiknya dapat mempertahankan sistem pembayaran cicilan tersebut.

Sedangkan pernyataan terendah sebesar 3,18 dengan kategori Cukup Baik untuk indikator tunai yakni Produk meubel pada Istana meubel BHR dan Dzikra meubel dapat dibayar secara tunai oleh konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa secara umum

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis
Vol. 15. No. 1, Maret 2018: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

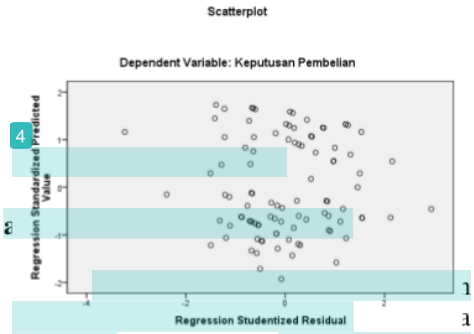
bahwa sistem pembayaran cash saat membeli perabotan masih kurang disukai dan diminati oleh konsumen, sehingga pihak toko madani sebaiknya dapat memperbaki dan memperhatikan untuk dapat konsumen dengan skor tanggapan seperti tersaji di table 1.

Tabel 1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sistem Pembayaran

Total Skor Tanggapan Responden	**3588**	
Rata-rata Tanggapan Responden	**3,59**	
Kriteria Jawaban Responden		**Baik**

Hasil Uji Reliabilitas

Selanjutnya semua indikator yang valid dari masing-masing variabel tersebut dilakukan uji reliabilitas. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2.
Berdasarkan tabel 2 tersebut didapat hasil pengujian untuk semua variabel diperoleh nilai *alpha cronbach's* ≥ 0,5, ini berarti bahwa tingkat kehandalan dari butir-butir pertanyaan untuk variabel yang diteliti sudah baik



hubungan linier antar variabel independent dalam model regresi. Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka variabel tersebut terdapat multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya (Tabel 3).

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,638	1,568
Harga	0,499	2,004
Sistem Pembayaran	0,583	1,715

Berdasarkan tabel 3 tersebut didapat hasil pengujian untuk semua variabel diperoleh nilai tolerance mendekati 1 dan nilai VIF dibawah 10, ini berarti bahwa variabel tersebut tidak terdapat multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

b. Hasil Uji Heterostisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Uji Heteroskedastisitas ini dilakukan dengan melihat pola titik-titik pada grafik regresi. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 1

Variabel	Nilai Alpha Cronbach'S	Kesimpulan
Kualitas Produk (X_1)	0,734	Reliabel/handal
Harga (X_2)	0,631	Reliabel/handal
Sistem Pembayaran (X_3)	0,752	Reliabel/handal
Keputusan Pembelian (Y)	0,624	Reliabel/handal

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis
Vol. 15. No.1, Maret 2018: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

Gambar 1 : Hasil Uji Heterostisitas
Sumber : Data Olahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 2 tersebut didapat hasil pengujian untuk semua variabel diperoleh nilai *alpha cronbach's* ≥ 0,5, ini berarti bahwa tingkat kehandalan dari butir-butir pertanyaan untuk variabel yang diteliti sudah baik.

Berdasarkan kurva diatas terlihat bahwa data menyebar dengan tidak ada pola yang jelas, dengan demikian berarti bahwa dari data tidak terjadi heterodaksit

Variabel kualitas produk secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang valid. Budaya memiliki pengaruh untuk membangkitkan gairah konsumen dalam memutuskan untuk membeli meubel di Kabupaten Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel). Untuk memperkuat hasil penelitian ini, maka ini peneliti mengemukakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gita Putri Lestari (2017) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk merupakan variabel tertinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian Mebel pada MS Furniture Vintage di Jepara dengan produk dengan tekstur yang tahan lama.

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel kualitas produk. Dari tanggapan responden tertinggi sebesar 4,01 dengan kategori Baik untuk indikator ketahanan yakni ketahanan produk meubel pada Istana meubel BHR dan Dzikra meubel sudah bagus. Hal ini menjelaskan bahwa secara umum bahwa ketahanan produk yang dijual diterima baik oleh konsumen, sehingga pihak Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel sebaiknya dapat mempertahankan ketahanan produk tersebut.

Sedangkan pernyataan terendah sebesar 3,18 dengan kategori Cukup Baik untuk Indikator kesesuaian dengan spesifikasi yakni konsumen merasa bahwa produk yang dijual pada Istana meubel BHR dan Dzikra meubel telah memenuhi spesifikasi. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumen toko Madani Bakery merasa bahwa spesifikasi produk meubel yang diberikan oleh pihak Toko meubel belum memenuhi harapan konsumen, sehingga pihak Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel sebaiknya dapat memperbaki dan memperhatikan desain agar keputusan pembelian dapat meningkat.

Secara keseluruhan tanggapan responden untuk semua pernyataan untuk indikator variabel kualitas produk diperoleh skor rata-rata sebesar 3,59 berada pada rentang dengan kategori Baik. Hasil ini menjelaskan bahwa indikator kualitas produk sudah dirasa baik oleh konsumen. Tentu hal ini perlu ditingkatkan lagi oleh pihak manajemen Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dimana dari hasil tersebut menyimpulkan bahwasannya pendapat Kotler & Amstrong (2012) kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasaan akan kualitas produk akan memberikan dampak secara langsung baik itu nilai produk maupun kepuasaan. Produk yang berkualitas merupakan syarat penting akan keberlanjutan perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Karena kualitas menjadi jaminan dimana konsumen akan nyaman dengan produk tersebut. Oleh karenanya kualitas yang dihasilkan, atribut produk serta sifat siafat dari produk terdapat dalam produk /barang. Produk yang berkualitas adalah produk yang dimana dalam kondisi yang stabil /dimana produk tersebut terdiri atas jasa, sumber daya manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi harapan (Tjiptono,2010).

Sumber lain menyebutkan bahwasannya kualitas yakni diman tingginya nilai yang didapatkan sesuai dengan karakteristik dan

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis
Vol. 15. No.1, Maret 2018: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani,2011).

Variabel harga secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang valid. harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel). Untuk memperkuat hasil penelitian ini, disini peneliti mengemukakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hariyanto (2016) dengan hasil analisis mendapatkan bahwa ketiga faktor harga, desain produk dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel harga. Dari tanggapan responden tertinggi sebesar 4,18 dengan kategori Baik untuk indikator harga bersaing yakni Konsumen merasa harga meubel pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel memiliki harga bersaing dengan kompetitor. Hal ini menjelaskan bahwa secara umum bahwa harga bersaing dengan kompetitor yang jelas diterima baik oleh konsumen, sehingga pihak Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel sebaiknya dapat mempertahankan harga bersaing tersebut.

Sedangkan pernyataan terendah sebesar 2,77 dengan kategori Cukup Baik untuk indikator diskon yakni Produk meubel pada Istana meubel BHR dan Dzikra meubel memiliki diskon dihari tertentu. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumen merasa bahwa daftar harga produk belum memenuhi harapan konsumen, sehingga pihak Toko Madani sebaiknya dapat memperbaki dan memperhatikan diskon produk agar dapat dipahami oleh konsumen sehingga keputusan pembelian dapat meningkat.

Secara keseluruhan tanggapan responden untuk semua pernyataan untuk indikator variabel harga diperoleh skor rata-rata sebesar 3,46 dengan kategori Baik. Hasil ini menjelaskan bahwa indikator harga sudah dirasa baik oleh konsumen. Tentu hal ini perlu ditingkatkan lagi oleh pihak manajemen Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel.

Dari penelitian yang telah dilakukan dimana menyebutkan bahwasannya hasil ini relevan dengan pendapat Santon dan anggar (2012), bahwasanya produk yang dihasilkan dan layanan yang diberikan akan produk tersebut tentunya akan berbicara tentang nilai yang harus diberikan berupa uang yakni harga sedangkan menurut Kotler dan Amstrong dalam Anggar, (2012) nilai yang di tentukan berdasarkan dari produk serta manfaat dari apa yang dihasilkan atau diberikan

Variabel sistem pembayaran secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang valid. Pribadi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel). Hal ini relevan dengan pendapat Pohan (2011) menyatakan bahwa system yang diciptakan agar dapat terlaksananya apa yang menjadi kebutuhan oleh karenanya dibutuhkan sebuah pengaturan baik itu dalam bentuk sebuah kontrak yang lebih mengikat agar pengoperasian serta caranya dapat mewujudkan pembayaran yang procedural baik itu untuk perorangan, badan dan lembaga keuangan/perbankan yang dapat digunakan di tingkat nasional dan international.

Tanggapan responden terhadap pernyataan variabel sistem pembayaran. Dari tanggapan responden tertinggi sebesar 3,81 dengan kategori Baik untuk indikator cicilan yakni konsumen merasa terbantu dengan adanya system pembayaran secara cicilan saat membeli meubel pada Istana meubel BHR dan Dzikra meubel. Hal ini menjelaskan bahwa secara umum bahwa sistem pembayaran secara nyicil saat membeli perabotan diterima baik oleh konsumen, sehingga pihak Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel sebaiknya dapat mempertahankan sistem pembayaran cicilan tersebut.

Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis
Vol. 15. No. 1, Maret 2018: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

Sedangkan pernyataan terendah sebesar 3,18 dengan kategori Cukup Baik untuk indikator tunai yakni Produk meubel pada Istana meubel BHR dan Dzikra meubel dapat dibayar secara tunai oleh konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa secara umum bahwa sistem pembayaran cash saat membeli perabotan masih kurang disukai dan diminati oleh konsumen, sehingga pihak toko madani sebaiknya dapat memperbaki dan memperhatikan untuk dapat konsumen membeli tanpa uang cash sehingga keputusan pembelian dapat meningkat.

Secara keseluruhan tanggapan responden untuk semua pernyataan untuk indikator variabel system pembayaran diperoleh skor rata-rata sebesar 3,59 dengan kategori Baik. Hasil ini menjelaskan bahwa indikator sistem pembayaran sudah dirasa baik oleh konsumen. Tentu hal ini perlu ditingkatkan lagi oleh pihak manajemen Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel.

Undang – undang No 23 tahun 1999 menjelaskan bahwasannya system pembayaran oleh bank Indonesia menjelaskan bahwa system mencangkup aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana dalam memenuhi suatu kewajiban akan pemindahan dana dalam kegiatan ekonomi. Menurut Humphrey et al (dalam Pohan, 2011:71) sistem pembayaran adalah suatu rancangan yang membuat pasar finansial berjalan dan menjadikan riil. Ketika barang digantikan dengan uang tunai cek, giro, kartu kredit dan debet, perdagangan semakin meluas dan biaya transaksi berkurang, serta secara tidak langsung meningkatkan spesialisasi barang.

Sistem pembayaran telah mengalami evolusi selama beberapa abad, sejalan dengan perubahan sifat dan penggunaan uang sebagai alat pembayaran. Dalam sejarah, koin merupakan jenis uang pertama yang banyak digunakan oleh berbagai kelompok masyarakat sebagai alat pembayaran. Dalam perkembangannya, peran koin sebagai alat pembayaran dilengkapi dengan kehadiran uang kertas yang dianggap lebih nyaman dan lebih memudahkan proses transaksi karena lebih ringan dengan biaya pembuatan yang lebih murah.

Perkembangan dan peran uang sebagai alat pembayaran terus mengalami perubahan wujud yaitu dalam suatu bentuk alat pembayaran cek atau giral yang memungkinkan pembayaran dengan cara transfer dana dari saldo rekening antar institusi keuangan, khususnya bank. Pada dasarnya kita dapat mengganggap cek atau giral sebagai jenis pertama alat pembayaran non tunai. Seiring dengan perkembangan teknologi, berbagai instrumen pembayaran non tunai atau elektronik mulai bermunculan dalam berbagai wujud antara lain phone banking, mobile banking, ATM, kartu debit, kartu kredit, smart card, dan sebagainya. Sejauh ini, seluruh pembayaran elektronis tersebut masih selalu terkait langsung dengan rekening nasabah bank yang menggunakannya.

Perkembagan teknologi yang begitu cepat dan semakin maju serta semakin simple dan berbiaya murah juga praktis. Perkembangan dan kebutuhan akan teknologi ini tidak hanya menjadi kebutuhan yang sifatnya nasional namun lebih lagi di Negara –negara maju serta berkembang atau lebih dikenalnya dengan E-money serta karakteristiknya berbeda dengan pembayaran elektronis yang telah disebutkan sebelumnya, karena setiap pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan e-moneytidak selalu memerlukan proses otorisasi dan online secara langsung dengan rekening nasabah di bank (pada saat melakukan pembayaran tidak dibebankan ke rekening nasabah di bank). E-moneymerupakan produk stored value dimana sejumlah nilai (monetary value) telah terekam dalam alat pembayaran yang digunakan (prepaid).

Dari hasil penelitian di peroleh bahwa kualitas produk, harga dan sistem

pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel). Hal ini juga mendukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farah Nahlia dan Agus Herman DS (2016), dengan hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian diatas maka diperoleh beberapa kesimpulan :

1. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel), dengan indikator rata-rata tertinggi yaitu ketahanan sebesar 4,01 dengan kategori Baik, dan indikator rata-rata terendah adalah kesesuaian dengan spesifikasi sebesar 3,18 dengan kategori Cukup Baik.
2. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel), dengan indikator rata-rata tertinggi yaitu harga bersaing sebesar 4,18 dengan kategori Baik, dan indikator rata-rata terendah adalah diskon sebesar 2,77 dengan kategori Cukup Baik.
3. Variabel sistem pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel), dengan indikator rata-rata tertinggi yaitu cicilan sebesar 3,81 dengan kategori Baik, dan indikator rata-rata terendah adalah tunai sebesar 3,78 dengan kategori Cukup Baik.
4. Variabel kualitas produk, harga dan sistem pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian meubel di Kecamatan Kampar (Studi Kasus Pada Istana Meubel BHR dan Dzikra Meubel). Hubungan variabel independen terhadap variabel dependen yaitu sangat kuat sebesar 0,890 dengan kontribusi sebesar 79,10% sedangkan sisanya sebesar 20,90% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.
5. Menghadapai intrusi E-Commerce, industry Meubel atau industry furniter masih mampu bertahan dan menang dikarenakan kelemahan dari sistem pengiriman barang furniture atau perabot yang memiliko kos tinggi.
6. Jatuh perkenomian global dan ditambah keberadaan pandemic covid -19 sangat memperanguhi daya beli pelanggan. Ditambah lagi furniter tergolong kepada produk tersier yang bisa dikesampingkan dalam keadaan saat ini.

REFERENCE

Basu, Swastha Dh., Irawan. (2012). Manajemen Pemasaran Modern Edisi Ke-2. Yogyakarta: Liberty Offset.

Dan Bisnisjakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama

F. Nahlia, And A. Ds, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Xl (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Undip Semarang)," Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 5, No. 4, Pp. 49-62, Jun. 2016

Vol. 15. No. 1, Maret 2018: 1-10
EISSN : 2442 – 9813
ISSN : 1829 – 9822

Hartini. 2012. Prinsip Dan Dinamika Pemasaran, Ed. Tiga : J&J Learning,

Haryanto.2016. Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Mebel Ud Duta Jati Tahun 2016)

Hasan, S (2020). Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan: Upaya Membangun Bumd. Edisi 1. Serang: Media Madani

Hasan, S (2020). Strategi Membangun Citra Bumd. Edisi 1. Serang: Media Madani

Hasan, S; Suryana P (2020). Citation: The Influence Of Service Quality, Distribution Performance And Customer Orientation To Customer Satisfaction And Its Impact On Corporate Image (Study On Water Supply Company Tirta Siak In Riau Province). *Jardcs Special Issues. 11 (8).1258-1270*

Indrawijaya, Sigit. 2016. Peran Kampanye Social Marketing Terhadap Keputusan Masyarakat Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 50 No. 4 September 2017

Kotler, Philip And Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, Rambat Dan Hamdani, A, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua, Salemba Empat, Jakarta

Pohan, Chairil Anwar. 2011. Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan Pajak

Stanton, W J. 2012. Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga,

Suci, Alfred, Et Al (2017). Analisa Keparcayaan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Pembelian Online Pada Website Olx Di Pekanbaru. *Jurnal Faklutas Eknomi*

Suprijanto A.2011. Dampak Globalisasi Ekonomi Terhadap Perekonomian Indonesia. Jurnal Ilmiah Civis, Volume I, No 2, Juli 2011

Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta

Yogyakarta.

article Septber_SYAMSURIZAL HASAN_r2

ORIGINALITY REPORT

24%	24%	6%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.usu.ac.id Internet Source	7%
2	Submitted to Trisakti University Student Paper	3%
3	media.neliti.com Internet Source	3%
4	Submitted to Universitas Riau Student Paper	2%
5	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	1%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
8	eprints.dinus.ac.id Internet Source	1%
9	docplayer.info Internet Source	1%

10	repository.unja.ac.id Internet Source	1 %
11	journal.yrpipku.com Internet Source	<1 %
12	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1 %
13	id.123dok.com Internet Source	<1 %
14	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
15	docobook.com Internet Source	<1 %
16	dilokasi.com Internet Source	<1 %
17	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
18	digilib.unimed.ac.id Internet Source	<1 %
19	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
20	Hantono Hantono. "Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Firm Size Terhadap Net Profit Margin Pada Perusahaan Perdagangan Besar Produksi yang Terdaftar di Bursa Efek	<1 %

Indonesia", STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2020
Publication

21	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1%
22	ar.scribd.com Internet Source	<1%
23	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
24	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 5 words
Exclude bibliography	On		