

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN *WORD OF MOUTH*  
*COMMUNICATION* TERHADAP MINAT BELI  
PADA HOME INDUSTRI**

Herni Desriyani, Nurdin, dan Tedi Rusman  
Pendidikan Ekonomi PIPS FKIP Universitas Lampung  
Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 01 Bandar Lampung

Preliminary research conducted in Home Industry known that consumer buying interest is low, The purpose of this research is to obtain data and know the positive effect of product quality, location and communication word of mouth to the interest. The population of this study is the consumer Sampling technique is non probability sampling using Slovin formula obtained by 55 consumers, The method used is descriptive verifikatif by using approach of *ex-posy* and survey. The results of this study indicate that, there is influence of product quality, product quality, location and communication word of mouth to consumer buying interest in Home Industry. Based on data analysis obtained  $F_{count} 97.874 > F_{tabel} 2.79$  indicated by multiple linear regression with coefficient of determination ( $r^2$ ) 0.852 which means that consumer purchasing decisions are influenced by product quality, communication and word of mouth of 85.2% 14, 8% influenced by other factors.

Penelitian pendahuluan yang dilakukan di Home Industri ini diketahui bahwa minat beli konsumen tergolong rendah, Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif kualitas produk , lokasi dan *word of mouth communication* terhadap minat. Populasi penelitian ini adalah konsumen Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin* didapat sebanyak 55 konsumen, Metode yang digunakan adalah *deskriptif verifikatif* dengan menggunakan pendekatan *ex-posy* dan *survey*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, ada pengaruh kualitas produk, kualitas produk , lokasi dan *word of mouth communication* terhadap minat beli konsumen pada Home Industri. Berdasarkan analisis data diperoleh  $F_{hitung} 97,874 > F_{tabel} 2,79$  yang ditunjukkan dengan *regresi linier multiple* dengan koefisien determinasi ( $r^2$ ) 0,852 yang berarti keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, lokasi dan *word of mouth communication* sebesar 85,2% sisanya 14,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** Kualitas produk, lokasi dan *word of mouth communication*.

## PENDAHULUAN

Industri kecil dapat dikatakan sebagai salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan menghadapi krisis melalui perlibatan diri dalam aktivitas ekonomi terutama usaha yang berkarakteristik informal. Masyarakat tentu saja dapat mengurangi daya beli terhadap produk-produk yang sebelumnya banyak disuplai oleh usaha berskala besar. Bukan tidak mungkin produk-produk industri kecil justru menjadi substitusi bagi produk-produk usaha besar yang mengalami kebangkrutan atau setidaknya masa-masa sulit akibat krisis ekonomi.

Perkembangan industri mebel jati ini mengakibatkan tingkat persaingan yang semakin tinggi antara industri mebel kayu jepara dengan industri mebel kayu non jepara. seiring dengan kenaikan supply mebel menyebabkan harga mebel menjadi tereduksi. bahkan dampak yang diakibatkan oleh kelebihan supply mebel juga menyebabkan keuntungan yang di peroleh pengrajin mebel menjadi sedikit. selain itu terdapat juga pengrajin yang menutup usaha

mebelnya disebabkan keuntungan yang di peroleh tidak dapat menutup biaya produksi . hal ini juga di pengaruhi oleh kenaikan harga bahan baku yang mencapai 70%, tetapi kenaikan harga mebel hanya 30%.

Perusahaan Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Natar Lampung Selatan ini merupakan perusahaan milik perorangan, dan didirikan oleh seorang Pengusaha Home industri pengrajin Bpk Bakrie Setiawan pada tahun 2012. Dan pada pertengahan tahun 2012 mulai di kembangkan Meskipun prosedur produksi dan pemasaran sudah dilakukan dengan sebaik-baiknya, pada kenyataannya ditahun 2015-2016 volume penjualan Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Natar Lampung Selatan mengalami fluktuasi di dua tahun terakhir.

Minat beli konsumen dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama,

namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008: 202) secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif, dan didalam proses pembelian perusahaan mebel home industri mengalami fluktuasi di 2 tahun terakhir.

Pasang surut yang di alami pengusaha mebel ini memang sering terjadi dalam berbisnis mebel jati ukir. Masalah yang sangat sering dialami nya ialah Kualitas Produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2003: 243) Kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global, mengalami fluktuasi Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing.

Terjadinya pasang surut penjualan ialah karna didasari bahan

baku yang sangat minim tidak hanya bahan baku yang mempengaruhi minat beli ialah Lokasi, Agar pengusaha jati jepra tetap berjalan dengan lancar perlu diperhatikan juga tempat untuk memproduksi suatu barang tersebut. Menurut Swastha (2002:24) "Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan". Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Tempat usaha yang strategis adalah tempat usaha atau letak perusahaan yang menjalankan proses produksi sampai distribusi dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan tersebut.

Agar konsumen bersedia menjadi langganan, mereka terlebih dahulu harus dapat mencoba melakukan pencarian informasi secara aktif melalui *word of mouth Communication* meneliti barang-barang yang diproduksi dari perusahaan tersebut mengenai hal-hal yang mereka butuhkan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul : “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan *Word Of Mouth Communication* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Lampung Selatan”

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* (WOM) terhadap minat beli konsumen

pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan *Word Of Mouth* (WOM) secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Menurut Sujarwo dan Basrowi (2009: 96) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek atau subjek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya sedangkan verifikatif yaitu untuk menentukan tingkat pengaruh variabel-variabel

dalam suatu kondisi. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan selama kurun waktu 2015-2016 yaitu 122 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi ( Sugihono 2012:118), Teknik ini dipilih karena dirasa cocok dengan pemilihan sampel yaitu responden memiliki kriteria tertentu untuk dipilih menjadi sampel penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan di dalam penelitian ini, maka diperoleh hasil

sebagai berikut.

1. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Natar Lampung Selatan. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,692 > 2,0066$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli. Selain itu hasil perhitungan Koefisien korelasi partial dengan SPSS diperoleh hasil sebesar 0,353 berarti hubungan secara parsial antara Kualitas Produk dengan Minat Beli sebesar 0,353 dengan asumsi variabel lokasi dan *Word of Mouth Komunikasi* dikontrol. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2003: 243) kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi

perusahaan dalam bersaing di pasar global.

2. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan Lokasi terhadap Minat Beli Pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Natar Lampung Selatan. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $13,768 > 2,0066$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain variabel lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli. Selain itu hasil perhitungan Koefisien korelasi parsial dengan bantuan SPSS diperoleh hasil sebesar 0,467 berarti hubungan secara parsial antara Lokasi dengan Minat Beli sebesar 0,467 dengan asumsi variabel kualitas produk dan *Word of Mouth Comunikation* dikontrol.  
.Hal ini sesuai dengan pendapat Menurut Swastha (2002:24) ”**Lokasi adalah** tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan”.
3. Ada pengaruh langsung yang signifikan insentif *wom* terhadap minat beli konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan hipotesis yang menunjukkan

koefisien  $t_{hitung}$  untuk *wom* sebesar  $4,625 > t_{tabel}$  sebesar 12,0066 (hasil intervolasi), hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, atau dengan kata lain “*WOM* “ berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Selain itu Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh Koefisien korelasi parsial diperoleh 0,513 berarti hubungan secara parsial antara *Word of Mouth Communication* dengan Minat Beli sebesar 0,513 dengan asumsi variabel kualitas produk dan lokasi dikontrol. Hal ini sesuai dengan pengertian disiplin sendiri menurut (Yosevina, 2008: 13) *WOM* merupakan aktivitas promosi yang tingkat pengendaliannya oleh produk atau merek perusahaan. Perusahaan dapat mendorong dan memfasilitasi percakapan dari mulut ke mulut tersebut dengan terlebih dahulu memastikan bahwa produk atau

merek dari perusahaan memang unik, inovatif dan patut menjadi *conversation product*

4. Ada Pengaruh yang positif antara semua variabel eksogen (kualitas produk, lokasi dan *word of mouth communication*) di Home industri kerajinan jati jepara, Hal ini dibuktikan hasil analisis data dengan SPSS diperoleh  $F_{hitung} = 97,874$  dengan signifikansi (sig.) sebesar 0,000, sedangkan  $F_{tabel}$  dengan derajat kebebasan (dk/df) untuk pembilang = 3 dan penyebut = 51 dan  $\alpha = 0,05$  dari daftar tabel diperoleh = 2,79 dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $97,874 > 2,79$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  yang menyatakan Kualitas Produk, Lokasi dan *Word of Mouth Communication* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Jika kualitas produk baik maka tingkat minat beli konsumen bertambah, sebaliknya jika kualitas produk buruk maka tingkat minat beli konsumen rendah.
2. Ada pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Jika persepsi konsumen terhadap lokasi positif maka tingkat

minat beli konsumen bertambah, sebaliknya jika persepsi konsumen terhadap lokasi negatif maka tingkat minat beli konsumen rendah.

3. Ada pengaruh *word of mouth communication* terhadap minat beli pada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Jika *word of mouth communication* yang beredar positif maka tingkat minat beli konsumen bertambah, sebaliknya jika *word of mouth communication* yang beredar negatif maka tingkat minat beli konsumen rendah.

4. Ada pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan *word of mouth communication* terhadap minat beli konsumen pada

Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Jika kualitas produk, harga, lokasi, dan *word of mouth communication* positif maka tingkat minat beli konsumen bertambah, sebaliknya jika kualitas produk, harga, lokasi, dan *word of mouth communication* negatif maka tingkat minat beli konsumen rendah.

#### DAFTAR PUSTAKA

Ali Oetomo Rahardian.2012. *Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang)*. Jurnal EMBA. Universitas Diponegoro

Amstrong, dan Kotler. (2003). *Dasar-*



- dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Arikunto. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta.: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Benazir Kumala Oktaviantika. 2012. *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat beli Konsumen Pada Tune Hotel Kuta-Bali*. Jurnal. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Niaga, Universitas Indonesia.
- Bilson, Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama*. Jakarta: PT.Gramedia Puka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi*. CV. Indopront : Semarang.
- Kotler P. (1999). *Manajemen pemasaran di Indonesia*. Edisi 1. Jakarta : Salemba empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Murshid, M. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara..
- Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation, 4thEdition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mowen, John C dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga
- Sudjarwo. 2009. *Manajemen Penelitian Sosial*. Jakarta: CV. Mandar Maju.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan*

- Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Gujarati, Damodar. 1997. **Ekonometrika Dasar**. Alih Bahasa Sumarno Zain. Erlangga : Jakarta
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Rusman, Teddy. 2012. *Aplikasi Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Bandar Lampung.
- Riduwan. 2005. *Dasar-Dasar Statistika*. Alfabeta. Bandung.
- Sudarmanto. 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Bandar Lampung: Graha Ilmu.
- Sudjana.2005. *Metode Statistik*. Bandung: Tarsito
- Universitas Lampung. 2012. *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Unila*. Bandar Lampung
- Universitas Lampung. 2010. *Format Penulisan Karya Ilmiah Universitas Lampung*. Bandar Lampung
- William J. Stanton dkk. 2004. *Management Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Grasindo Persada.

Zeithaml, Valarie A dan Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. Singapore: McGraw-Hill Companies Inc.: 3-287.

#### **Sumber Internet**

[Http://bisnisukm.com/potensi-industri-mebel-jepara.html](http://bisnisukm.com/potensi-industri-mebel-jepara.html)

[Http://junaidichaniago.wordpress.com](http://junaidichaniago.wordpress.com)

#### **Saran**

Saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian yang kiranya diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen di Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan sebagai berikut.

1. Kepada Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung

Selatan diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk perusahaan, karena kualitas produk terbukti mampu menjadi patokan bagi konsumen untuk menumbuhkan minat beli konsumen.

2. Perusahaan diharapkan meningkatkan keamanan pada lokasi Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan, seperti penjagaan yang lebih intensif terhadap kendaraan pribadi konsumen ketika datang ke Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan, memperluas area

parkir kendaraan agar para konsumen mendapatkan kenyamanan yang lebih saat berkunjung dan melakukan pembelian di Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

3. *Word of mouth communication* merupakan salah satu faktor penentu minat beli konsumen, karena kebanyakan dari konsumen membeli suatu produk berawal dari informasi dari keluarga atau teman. Sehingga Home Industri Jati Jepara harus bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga banyak orang yang mengetahui

produk jatinya, karena *word of mouth communication* berpengaruh pada minat beli konsumen.

4. Home Industri Kerajinan Jati Jepara Desa Kalisari Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan sebaiknya tetap meningkatkan kualitas produknya, sesuai dengan harga yang ditentukan, dengan harga yang cukup tinggi Home Industri Jati Jepara harus memproduksi jati yang lebih beraneka ragam desainnya dan tahan lama. Home Industri Jati Jepara juga harus mempertahankan lokasi yang strategis dan bisa memasarkan produknya lebih luas lagi karena *word*

*of mouth communication*  
sangat berperan penting  
dalam minat beli  
konsumen, tanggapan yang  
positif dari konsumen akan  
menciptakan *word of*  
*mouth communication*  
yang positif pula yang  
berujung pada minat beli  
konsumen.