

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada CV. BHAKTI JAYA)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:
Eka Putra Pujiyanto
NIM. 12010113130216

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Eka Putra Pujiyanto

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130216

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN SERTA
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CV.
BHAKTI JAYA)**

Dosen Pembimbing : Drs. Sutopo, M.S

Semarang, 16 Mei 2018

Dosen Pembimbing,

(Drs. Sutopo, M.S)

NIP. 19520513.198503.1002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Eka Putra Pujiyanto

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113130216

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN SERTA
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CV.
BHAKTI JAYA)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

1. Drs. Sutopo, M.S (.....)

2. Dr. Harry Soesanto, MMR (.....)

3. Imroatul Khasanah, S.E., MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Eka Putra Pujiyanto, menyatakan bahwa skripsi yang berjudul; **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN SERTA KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CV. BHAKTI JAYA)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 16 Mei 2017

Yang membuat pernyataan,

Eka Putra Pujiyanto

NIM. 12010113130216

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka sesungguhnya bersama setiap kesulitan itu ada kemudahan

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

QS. Al-Insyirah 5-6

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

QS. Al-Baqarah 283

Don't stop when you are tired, stop when you are done

**SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK
KEDUA ORANG TUAKU TERCINTA
BAPAK JIYANTO DAN IBU RINI PUJI SETYAWATI
YANG TIADA HENTINYA MENDOAKAN KESUKSESAN SAYA**

ABSTRACT

Each of every firms crave for an increase in their sales. There are many ways to achieve that. Good sales could be use to figure out how good our firms compete with the others. this research weremade to find out the impact of the product quality, service quality and how customer trust affect their buying decision in CV. Bhakti Jaya.

Using purposive sampling as the method to spread questionnaire to 100 people as participants of CV. Bhakti Jaya consumer. The correspondent must be qualified the terms, which have made at least two amount of purchases in Bhakti Jaya. This research improve a theoritical model and using three hypothesis which will be tested using SPSS analysis method regression analysis.

This research shows that: 1. Product quality has possitive impact against buying decision as much as 57,1%, 2. Service quality has possitive impact significantly against buying decision as much as 16,2% and, 3. Brand trust has possitive impact significantly against buying decision as much as 16,2%.

Keywords: Quality Product, Service Quality, Brand Trust, Buying Decision.

ABSTRAK

Setiap perusahaan selalu mendambakan peningkatan dalam penjualan. Banyak cara yang dilakukan agar membuat hal tersebut terlaksana. Penjualan yang baik dapat merefleksikan seberapa kuat perusahaan dimata pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, kualitas pelayanan serta kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Bhakti Jaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden konsumen CV. Bhakti Jaya. Responden yang dimaksud harus memenuhi kriteria pernah melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali di CV. Bhakti Jaya. Penelitian ini mengembangkan suatu model teoritis dengan menggunakan tiga hipotesis yang nantinya akan diuji menggunakan metode analisis SPSS analisis regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Kualitas produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh sebesar 57,1%, 2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh sebesar 16,2% serta, 3. Kepercayaan merek berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh sebesar 16,2%.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan serta Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Bhakti Jaya)

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan dari pihak-pihak terkait, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibuku tercinta Rini Puji Setyowati yang telah memberiku semangat tiada henti serta tidak pernah mendo walaupun penulis telah lambat menyelesaikan skripsi ini
2. Ayahku tercinta Jiyanto.... Terimakasih.
3. Terima Kasih Bapak Sutopo selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Dr. Suharnomo S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika Bisnis Undip yang telah memberikan banyak hiburan selama masa perkuliahan.
5. Ibu Sri Rahayu, M.M selaku dosen wali yang telah memberikan waktu dan masukan selama penulis menempuh masa perkuliahan.
6. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama perkuliahan.

7. Terima Kasih kepada Fitri Wahyu Lestari yang telah menjadi penyemangat, memberi banyak pelajaran hidup serta kesabaran yang luar biasa selama ini.
8. Para responden yang terhormat yang telah membantu memberikan kontribusi dalam penelitian skripsi.
9. Ketiga adikku tersayang Intan, Devi dan Yaco yang telah memberi semangat serta menghibur di kala kehilangan semangat
10. Teman-temanku Manajemen Undip 2013 yang telah memberikan banyak pengalaman yang tidak terlupakan sehingga tidak pernah bosan dalam menjalani masa perkuliahan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga ingin mendapatkan masukan dan saran agar lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 16 Mei 2018

Penulis,

Eka Putra Pujiyanto

NIM. 12010113130216

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Kualitas Produk.....	15

2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.3 Kepercayaan Merek	21
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	27
2.2.1 Hubungan Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	27
2.2.2 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian	29
2.2.3 Hubungan Antara Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian..	31
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.1.1 Variabel Penelitian	36
3.1.2 Definisi Operasional	37
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Data Primer.....	39
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Metode Analisis Data.....	41
3.6 Pengujian Hipotesis.....	41

3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.6.3.1 Uji Normalitas	42
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas	43
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	44
3.6.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.5.5.1 Uji Koefisien Determinasi.....	46
3.5.5.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	47
3.5.5.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2 Gambaran Umum Responden	50
4.2.1 Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
4.3 Analisis Deskriptif	53
4.3.1 Indeks Variabel Kualitas Produk.....	54
4.3.2 Indeks Variabel Kualitas Pelayanan	55
4.3.3 Indeks Variabel Kepercayaan Merek	56
4.3.4 Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	57

4.4 Uji Instrumen Penelitian	58
4.4.1 Uji Validitas.....	58
4.4.2 Uji Reliabilitas	59
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.5.1 Uji Normalitas	62
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	63
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	65
4.6 Uji Hipotesis	66
4.6.1 Uji T.....	66
4.6.2 Uji F.....	68
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi	69
BAB V.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Implikasi Manajerial	73
5.3 Keterbatasan.....	74
5.4 Saran	75
5.4.1 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	75
5.4.2 Saran Bagi Perusahaan.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peran Sektor Industri Dalam PDB Nasional	2
Tabel 1.2 Jumlah Industri Pengolahan Besar dan Sedang	3
Tabel 1.3 PDB Industri Pengolahan Periode 2011-2015	4
Tabel 1.4 Data Penjualan CV. Bhakti Jaya	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.4 Indeks Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	54
Tabel 4.5 Indeks Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel 4.6 Indeks Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	56
Tabel 4.7 Indeks Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.8 Uji Validitas	59
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.12 Uji Heterokedastisitas	65
Tabel 4.13 Uji T	66
Tabel 4.14 Uji F	69

Tabel 4.15 Uji R^2	69
Tabel 5.1 Implikasi Manajerial	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gamabr 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran B Rekapitulasi Kuesioner	88
Lampiran C Hasil Olah Data.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran industri banyak membawa dampak positif dalam perekonomian suatu negara. Adanya industri dapat meningkatkan pendapatan nasional, menyerap tenaga kerja, serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Tahun 2014 tentang perindustrian pada Pasal 3 Ayat 2 disebutkan bahwa industri dapat diartikan sebagai seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Sepanjang dekade pertama setelah krisis Asia, sektor industri mengalami masa resesi dimana investor asing tidak memiliki hasrat untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Pada tahun 2008 investor asing mulai memiliki kepercayaan untuk menanamkan modalnya di Indonesia karena melihat tumbuhnya permintaan domestik, upah tenaga kerja yang relatif rendah dan ada potensi yang menjanjikan di industri pertambangan. Melihat dampak positif yang dihasilkan oleh industri pemerintah saat ini tengah gencar memikat investor asing untuk menanamkan modalnya di Indonesia.

Tabel 1.1
Peran Sektor Industri dalam PDB Nasional (dalam persen)

[tahun dasar 2010]

Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014*	2015**
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	13.51	13.37	13.39	13.34	13,52
Pertambangan dan Penggalian	11.81	11.61	10.95	9.87	7,62
Industri Pengolahan	21.76	21.45	20.98	21.01	20,84
a. Industri Migas	3.63	3.46	3.26	3.11	2,67
b. Industri Non Migas	18.13	17.99	17.72	17.89	18,18
Pengadaan Listrik dan Gas	1.17	1.11	1.04	1.08	1,14
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0.08	0.08	0.08	0.07	0,07
Konstruksi	9.09	9.35	9.51	9.86	10,34
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	13.61	13.21	13.27	13.44	13,29
Transportasi dan Pergudangan	3.53	3.63	3.87	4.42	5,02
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2.86	2.93	3.04	3.04	2,96
Informasi dan Komunikasi	3.60	3.61	3.58	3.50	3,53

Sumber: Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian, 2015

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa pada periode 2010-2015 industri pengolahan menyumbang pendapatan PDB nasional terbesar di Indonesia walau angkanya mengalami fluktuasi. Pada tahun 2015 industri pengolahan menyumbang PDB sebesar 20,84%. Dari tabel 1.1 diatas industri pengolahan dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu pengolahan migas dan non migas. Kelompok industri non migas menyumbang angka terbesar yaitu sebesar 18,18% pada tahun 2015.

Tabel 1.2
Jumlah Industri Pengolahan Besar dan Sedang

Lokasi	2011	2012	2013	2014	2015
Jawa	19.440	19.554	19.587	20.256	21.460
Luar Jawa	3.930	4.038	4.111	4.273	4.862
Jumlah	23.345	23.370	23.698	24.529	26.322

Sumber: bps.go.id

Dari tabel 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah industri pengolahan besar dan sedang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2015 dimana jumlah industri sebanyak 26.322 atau tumbuh sebesar 7,3% dari tahun sebelumnya. Angka terbesar di dominasi dengan jumlah industri pengolahan besar dan sedang yang berada di Pulau Jawa sebesar 21.460 industri.

Menurut ulasan pada situs bps.go.id industri pengolahan adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan berupa mengubah barang dasar secara mekanis, kimia atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, serta sifatnya lebih dekat pada pemakai akhir. Termasuk dalam kegiatan ini adalah jasa industri atau makloon dan pekerjaan perakitan (*assembling*).

Industri pengolahan terdiri dari berbagai macam sektor diantaranya industri makanan dan minuman, pengolahan tembakau, tekstil, kertas dan barang dari kertas, bahan kimia, farmasi, logam, pakaian jadi, kulit, kayu, pencetakan, batu bara dan minyak bumi, karet, bahan galian bukan logam, logam dasar, komputer, peralatan listrik, mesin, alat angkutan lainnya, furniture, jasa reparasi dan pengelolaan lainnya (bps.go.id).

Tabel 1.3

PDB Industri Pengolahan Periode 2011-2015

No.	Lapangan Usaha	2011	2012	2013	2014*	2015**
1.	Industri Makanan dan Minuman	5,24	5,31	5,14	5,32	5,61
2.	Industri Pengolahan Tembakau	0,92	0,92	0,86	0,91	0,94
3.	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	1,38	1,35	1,36	1,32	1,21
4.	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	0,28	0,25	0,26	0,27	0,27
5.	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	0,76	0,70	0,70	0,72	0,67
6.	Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	0,96	0,86	0,78	0,80	0,76
7.	Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	1,59	1,67	1,65	1,70	1,81
8.	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	0,92	0,89	0,80	0,76	0,74
9.	Industri Barang Galian bukan Logam	0,71	0,73	0,73	0,73	0,72
10.	Industri Logam Dasar	0,80	0,75	0,78	0,78	0,78
11.	Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	1,81	1,89	1,95	1,87	1,96
12.	Industri Mesin dan Perlengkapan	0,30	0,29	0,27	0,31	0,32
13.	Industri Alat Angkutan	1,98	1,93	2,02	1,96	1,91
14.	Industri Furnitur	0,28	0,26	0,26	0,27	0,27
15.	Industri Pengolahan lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	0,20	0,19	0,17	0,18	0,18
	Total Industri Pengolahan Non Migas	18,13	17,99	17,72	17,89	18,18

Sumber: bps.go id

Salah satu industri yang termasuk dalam industri pengolahan adalah industri kertas dan barang jadi kertas. Seperti yang kita tahu kertas dan olahannya telah menjadi kebutuhan pokok masa kini. Tidak dipungkiri semua aktifitas keseharian erat hubungannya dalam penggunaan kertas. Namun yang menarik untuk dibahas adalah dalam ulasan bps, industri ini berkontribusi terhadap PDB sebesar 0,96% pada tahun 2011 dan terus mengalami penurunan sepanjang lima tahun terakhir sehingga pada tahun 2015 hanya berkontribusi sebesar 0,76%.

Penurunan pendapatan pada industri kertas dan olahannya ini dipicu dengan keputusan di beberapa kantor dan universitas yang menghimbau untuk mengurangi penggunaan kertas atau *paperless*. Penggunaan kertas yang berlebihan dapat menimbulkan masalah lingkungan karena bahan baku kertas sendiri berasal dari pohon. Dapat pengurangan penggunaan kertas yang beralih ke serba elektronik saat ini telah dapat kita rasakan. Misalnya orang saat ini lebih gemar membaca berita melalui portal media online daripada harus repot-repot membeli koran. Berdasarkan informasi yang diliput oleh exabytes.co.id tingginya biaya cetak dan ketidak mampuan bersaing dengan media online menjadi penyebabnya.

Selain digunakan sebagai bahan konsumsi kertas juga dapat digunakan sebagai bahan industri. Dalam kebutuhan industri olahan kertas biasanya dibuat dalam bentuk karton box yang digunakan untuk packaging. Packaging dengan menggunakan karton box biasanya dimanfaatkan industri dalam pengiriman jarak jauh karena dapat melindungi dan menjaga kualitas barang yang akan dikirim hingga ke tangan konsumen.

CV. Bhakti Jaya merupakan badan usaha yang bergerak di sektor jasa dimana kegiatan utama yang dilakukannya adalah melakukan pengolahan bahan baku kardus seperti memotong dan mensablon kardus agar menjadi packaging siap pakai. Pemilik dari Bhakti Jaya adalah Bapak Jiyanto. Bhakti Jaya mulai berdiri sejak 2 Januari tahun 2004. Awal mula berdirinya CV. Bhakti Jaya dilatar belakangi karena:

1. Pemilik memiliki pengalaman pernah bekerja di industri karton box di PT. Purinusa Eka Persada. Berbekal dengan pengalaman yang dimiliki owner memilih keluar dan membuat usahanya sendiri.
2. Melihat peluang pasar bahwa untuk kebutuhan industri menengah kebawah industri besar tidak dapat memenuhi karena adanya batas minimal order
3. Owner beranggapan bahwa karton memiliki sifat paling efisien dan praktis karena bisa ditumpuk meskipun setelah dipakai,
4. Karton box merupakan kebutuhan pokok semua industri yang memiliki kebutuhan pengiriman jarak jauh.

Awal mulanya CV. Bhakti Jaya berlokasi di sebuah garasi rumah di Gondosuli Klaten Jawa Tengah dengan dibantu oleh empat orang karyawan. Pemasaran awal dilakukan secara *door to door* ke pabrik-pabrik dengan meninggalkan kartu nama. Order pertama di dapatnya dari teman sang istri yang berasal dari Jakarta. Seiring dengan berjalannya waktu penjualan semakin meningkat sehingga Bhakti Jaya pun memutuskan untuk pindah lokasi yang lebih besar di daerah Jogonalan Klaten hingga sekarang. Usaha keras pun membuahkan hasil yang nyata pada tahun 2005 CV. Bhakti Jaya membuka gudang kedua di Salatiga. Singkat cerita pada tanggal 1 Juli 2007 gudang Bhakti Jaya yang berada di Salatiga mengalami kebakaran yang menghabiskan semua stock kardus dan mesin tanpa tersisa hingga rugi ratusan juta rupiah.

Krisis pada tahun 2008 membuat bisnis semakin lesu. Industri *furniture* yang memproduksi produk ekspor tutup sehingga CV. Bhati Jaya mengalami

penurunan penjualan karena beberapa industri *furniture* yang tutup tersebut tidak lagi memesan karton box. Bermodal kerja keras dan semangat menghadapi pasang surut kini CV. Bhakti Jaya bangkit kembali dan tetap Berjaya hingga saat ini. Dengan memegang teguh slogan “Jaga Mutu Tepat Waktu” Bhakti Jaya terus berkomitmen untuk selalu menjaga kepuasan pelanggannya dengan terus memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan.

Kualitas produk Bhakti Jaya sudah cukup dikenal pada kalangan industri yang memerlukan karton box sebagai packaging untuk produknya. Hal ini membuat Bhakti Jaya dipercaya oleh beberapa industri seperti industri *handy craft*, furnitur, dan tekstil sebagai langganan tetap mereka. Industri yang bekerjasama memandang CV. Bhakti Jaya memiliki kualitas produk yang selalu terjaga, kedisiplinan dalam waktu pengiriman, serta pelayanan yang memuaskan sehingga membuat para industri ini setia menggunakan packaging produk dari Bhakti Jaya.

Tabel 1.4
Data Penjualan CV. Bhakti Jaya

Bulan	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Januari	159.211.250	167.703.870	195.045.600	277.662.550	120.288.300
Februari	135.439.100	233.438.880	108.060.750	134.654.037	112.271.950
Maret	188.949.250	211.935.290	97.316.900	267.279.739	88.870.650
April	124.277.900	149.768.900	221.592.850	251.745.850	150.926.400
Mei	252.631.450	200.815.700	251.103.650	70.779.873	83.415.625
Juni	262.523.250	278.191.165	216.498.270	87.235.000	160.320.550
Juli	105.372.450	135.689.906	61.797.550	61.088.100	144.394.550
Agustus	163.365.320	210.611.861	235.491.320	183.139.750	65.423.450
September	226.220.330	203.135.277	153.425.600	130.760.642	174.406.500
Oktober	196.491.950	274.599.539	144.464.574	193.263.923	156.152.250
November	135.110.050	194.015.000	228.086.300	246.268.500	233.387.350
Desember	252.893.920	160.760.450	206.094.270	139.658.020	181.757.150
Jumlah	2.201.893.920	2.420.665.838	2.118.977.634	2.043.535.984	1.671.614.725

Sumber: Data yang diolah, 2018

Dari tabel 1.4 diatas terlihat bahwa penjualan CV. Bhakti Jaya mengalami pergerakan dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Terhitung sejak tahun 2013 total penjualan berada pada 2.201.893.920 lalu mengalami peningkatan cukup signifikan pada tahun 2014 yang menginjak angka 2.420.655.838. Namun pada kurun tiga tahun terakhir terhitung sejak tahun 2015 hingga 2017 mulai mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari penjualan tahun 2015 menjadi 2.118.977.634 yang mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Penurunan ini terjadi kembali pada tahun 2016 dan 2017 yang nilai total penjualannya menurun dari 2.043.535.984 menjadi 1.671.614.725. Penurunan penjualan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi diantaranya daya beli masyarakat yang tengah menurun, nilai dolar yang mengalami kenaikan dan mulai munculnya banyak pesaing pada industri yang serupa.

Setiap perusahaan selalu mendambakan terjadinya peningkatan dalam penjualan. Hal tersebut dapat di dorong dari peningkatan kualitas suatu produk yang dihasilkannya. Dalam America Society for Quality Control mendefinisikan kualitas produk adalah fitur dan karakteristik dari produk maupun jasa yang totalitas serta bergantung terhadap kemampuan produk atau jasa tersebut dalam memuaskan kebutuhan yang tersirat atau dinyatakan (Kotler dan Keller 2009)

Penelitian yang dilakukan Evelina (2012) mengenai kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilatar belakangi untuk mengetahui sebesarapa besar pengaruh kualitas produk. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk yang baik seperti yang dimiliki TelkomFlexi terbukti secara positif signifikan mampu meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

Membangun suatu merek yang kuat di latar belakang oleh banyak indikator yang mendukung. Selain produk yang berkualitas yang mendukung kualitas pelayanan juga hal yang begitu penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Adirama (2012) keputusan pembelian adalah sikap seseorang untuk menggunakan atau membeli suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini dapat memuaskan dirinya serta kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan. Dalam kenyataan yang terjadi suatu keputusan pembelian yang diambil oleh pelanggan merupakan keputusan yang sudah terorganisir.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusup (2011) yang dilatar belakang oleh penurunan penjualan terhadap sepeda motor Honda disebabkan oleh buruknya pelayanan purna jual yang diberikan. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangatlah mempengaruhi keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan mampu membuat konsumen merasa lebih dihargai dalam menggunakan suatu produk.

Pelayanan yang baik akan membuat konsumen puas dalam melakukan pembelian. Menurut Stanton (2000) kualitas dapat di definisikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan. Menurut Tjiptono dalam Saidani (2011) kualitas jasa atau layanan adalah sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan selanjutnya dapat menilai suatu kualitas jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan dapat beralih ke kompetitor jasa lain yang dianggap lebih mampu memahami kebutuhan spesifik mereka serta mampu memberikan layanan yang lebih baik.

Kualitas pelayanan yang dikedepankan oleh Bhakti Jaya adalah memberikan pelayanan yang ramah, bisa melayani order yang mendadak dan menjaga agar pengiriman barang selalu tepat waktu. . Selain itu Bhakti Jaya juga melayani permintaan konsumen sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan. Bhakti Jaya terus berkomitmen menjaga hubungan baik dengan konsumen seperti memberi bingkisan parcel pada pelanggan setia setiap lebaran. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tidak dipungkiri banyak konsumen Bhakti Jaya yang melakukan pembelian ulang.

Dalam dunia industri membangun kepercayaan merek adalah hal yang penting dilakukan. Kepercayaan terhadap suatu merek terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan. Ketika seseorang telah mempercayai pihak lain maka tanpa sadar mereka yakin bahwa harapan akan terpenuhi dan tidak ada lagi kekecewaan (Ryan, 2002). Pemahaman terhadap kepercayaan merek atau *brand trust* berbeda dengan kepercayaan interpersonal karena merek hanyalah sebuah simbol. Untuk menarik konsumen dalam upaya meningkatkan pembelian, produsen harus memfokuskan pada pembentukan dan pemeliharaan hubungan antar pelanggan dan merek (Tjahyadi, 2006).

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2013) yang dilatar belakangi oleh tingkat persaingan yang semakin kompetitif pada susu berkalsium yang ada di Indonesia. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan merek harus terus dibangun dan dijaga oleh produsen agar terciptanya ketidak raguan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Lau dan Lee (1999) karakteristik, perusahaan, karakteristik merek, serta karakteristik hubungan pelanggan dan merek merupakan prediktor penting kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek. Karakteristik dari suatu merek memainkan peranan yang penting dalam menentukan pelanggan akan memutuskan untuk percaya pada suatu merek atau tidak. Berdasarkan penelitian terhadap kepercayaan interpersonal yang dilakukan oleh Lau dan Lee kepercayaan di dasarkan kepada reputasi, predictability dan kompetensi.

Bhakti Jaya adalah badan usaha yang bergerak di sektor jasa. Hal ini yang membuat begitu pentingnya menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen. Bhakti Jaya selalu menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik agar konsumen puas dan tidak timbul rasa kecewa. Selain itu Bhakti Jaya membangun kepercayaan dengan memberikan garansi pengembalian produk apabila produk yang diterima cacat akibat kesalahan operasional, atau juga bila tidak sesuai spesifikasi yang diminta.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka penulis tertarik untuk membahas mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan serta Kepercayaan Terhadap Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV. Bhakti Jaya).”

1.2 Rumusan Masalah

Setiap perusahaan pasti mendambakan terjadinya peningkatan dalam penjualan. Namun berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijabarkan dapat dilihat bahwa dalam industri kertas dan barang olahan dari kertas tengah mengalami masa yang lesu. Hal ini dapat dibuktikan dengan terus

merosotnya kontribusi PDB industri kertas dan barang olahan dari kertas selama lima tahun terakhir. Dengan merosotnya sektor industri tersebut mengindikasikan terjadinya keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari menurunnya penjualan Bhakti Jaya selama tiga tahun terakhir.

Minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan serta kepercayaan terhadap merek. Berdasarkan fenomena data yang ada, maka dapat dirumuskan menjadi beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian CV. Bhakti Jaya?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian CV. Bhakti Jaya?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian CV. Bhakti Jaya?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk CV. Bhakti Jaya
2. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk CV. Bhakti Jaya

3. Untuk menganalisis apakah kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk CV. Bhakti Jaya

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, serta kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai aspek pemasaran dalam meneliti perilaku konsumen khususnya keputusan pembelian

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan terkait mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk yang dijualnya. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai masukan terhadap produsen dalam pengambilan keputusan serta mengembangkan strategi dalam pemasarannya.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi salah satu referensi serta dapat memperluas pemahaman pembaca dalam hal pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas produk, kualitas pelayanan serta kepercayaan merek.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I akan menguraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah yang dihadapi, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II akan menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai acuan teori bagi peneliti, penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya, kerangka pemikiran teoritis, serta penarikan hipotesis guna memberikan jawaban sementara.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III akan menguraikan tentang variabel dalam penelitian, definisi operasional, populasi serta sampel yang digunakan penulis, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data serta metode analisisnya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV akan menguraikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta diberikan pula pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Pada Bab V merupakan bagian akhir dari penulisan yang menguraikan mengenai kesimpulan dari penulisan, keterbatasan dalam penelitian serta saran yang diberikan bagi perusahaan dan penelitian yang akan mendatang.