

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KERAJINAN TANGAN DESA BUDO KEC. WORI KAB. MINAHASA UTARA

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Ahli Madya
Manajemen Pemasaran (A.Md.M) pada program studi manajemen pemasaran

TUGAS AKHIR

Oleh

MARCELINA MAKANANGING

NIM : 19 052 025



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRODI MANAJEMEN PEMASARAN
TAHUN 2022**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN ABSTRAK	iii
HALAMAN ABSTRCT	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
BIOGRAFI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Perumusan Masalah	4
1.5. Tujuan dan Manfaat	4
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	6
2.1. landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6

2.1.2	Pengertian Perilaku konsumen	7
2.1.3	Perilaku Konsumen Aktual dan Konsumen Potensial	8
2.1.4	Pengertian Keputusan Pembelian	8
2.1.5	Motif-motif Pembelian	9
2.1.6	Pengertian Proses Pengambilan Keputusan	10
2.1.7	Tahap-tahap proses pengambilan keputusan	11
2.1.8	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	13
2.2	Penelitian Relevan	15
BAB III Hasil dan Pembahasan		17
3.1.	Gambaran Umum Perusahaan	17
3.1.1.	Sejarah Perusahaan	17
3.1.2.	Visi.....	18
3.1.3.	Misi	18
3.1.4.	Bidang Usaha	19
3.1.5.	Sumber Daya Perusahaan	22
3.1.6.	Struktur Organisasi	27
3.1.7.	Job Deskripsi	27
3.2.	Hasil Ulasan	30
3.2.1.	Jenis Penelitian	30
3.2.2.	Lokasi Penelitian	31
3.2.3.	Metode Pengumpulan data	31
3.2.4.	Penyajian Data	31
3.3.	Hasil dan Pembahasan	31
3.3.1.	Strategi Pemasaran	32
3.3.2.	Konsep Digital Marketing	32
3.3.3.	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan	33
BAB V PENUTUP		36
5.1.	kesimpulan	36
5.2.	Saran	37
DAFTAR PUSTAKA		38

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengingat persaingan ketat dalam usaha yang sejenis pengusaha dituntut untuk memperkuat penjualan untuk kelangsungan hidup usahanya. Dalam pengembangan industri nasional, industri kerajinan merupakan salah satu industri prioritas yang menghasilkan produk bernilai tambah tinggi dan berdaya saing global. “Industri kerajinan tangan atau *handicraft* merupakan salah satu sektor kekuatan ekonomi bangsa kita”, ujar “ *Airlangga Haryarto selaku Menteri Perindustrian*”, sumber: *nusantaratimur.com*.

Meski di zaman yang semua serba canggih seperti saat sekarang ini, kebutuhan akan barang-barang yang berbaur tradisional ini masih banyak diminati. Karena selain mempunyai nilai guna, kerajinan tangan ini juga memiliki nilai seni yang tinggi. Dengan memiliki alam yang sangat kaya akan hasil bumi yang sangat beraneka ragam sangat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Sebagai sumber bahan makanan dan sumber bahan baku pembuatan kerajinan tangan. Kerajinan tangan adalah kegiatan menciptakan suatu produk atau barang yang dilakukan oleh tangan dan memiliki fungsi pakai atau keindahan sehingga memiliki nilai jual. Hasil yang baik tidak lepas dari bantuan alat-alat yang digunakan dalam proses pembuatan produk. Saat ini dalam proses pembuatan/menciptakan produk peneliti menemukan adanya kendala yang menghambat proses terciptanya produk karena dengan keterbatasannya alat-alat yang digunakan. Hambatan lainnya juga adalah proses promosi atau pengenalan

produk kepada seluruh masyarakat dikarenakan kurangnya penggunaan internet sebagai sarana dalam menjangkau banyak konsumen.

Para pengusaha kerajinan tangan menghadapi banyak persaingan yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk mencermati perilaku konsumen dan faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebelum melakukan pembelian konsumen akan memutuskan pembelian. Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi dan menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan membeli juga memaksimalkan penjualan menggunakan strategi pemasaran atau promosi yang dilakukan dengan tujuan memberikan informasi dan membujuk serta mendorong konsumen agar tertarik dengan barang atau jasa yang ditawarkan, dengan adanya kegiatan promosi yang pengusaha berharap dapat meningkatkan penjualannya. Promosi adalah suatu upaya atau kegiatan usaha dalam mempengaruhi Konsumen Actual maupun Konsumen Potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang.

Pemanfaatan dan kegunaan dari pohon kelapa sangat beragam karena ada beberapa bagian dari pohon yakni batang, daun, dan buah dapat diolah dan memiliki nilai jual tinggi. Ketika tiba pada saat untuk memanen buah kelapa yang nantinya dikupas kulit bagian luarnya, lalu buahnya dibelah menjadi dua bagian dijemur sampai kering, setelah itu dipisahkan isinya dari tempurung kelapa. Bagian inilah yang diambil menjadi bahan baku dalam pembuatan kerajinan tangan. Dengan bahan dasar yang keras inilah perajin membutuhkan peran alat dalam

membantu proses pembuatan produk. Sebagian alat yang sekarang dimiliki perajin yaitu alat mini, alat bor, mesin amplas, mesin potong.

Dalam penelitian ini, untuk mendukung upaya pengembangan usaha kerajinan tangan ini perlu adanya tambahan alat untuk menunjang proses penciptaan karya dan akan mengimplementasikan pemasaran digital sebagai sarana pengembangan bisnis saat ini, yaitu dengan menggunakan jalur promosi melalui aplikasi facebook dan instagram, selain mudah diakses, sosial media ini paling banyak dan paling sering dikunjungi oleh penggunanya. Mitra yang dipilih untuk mendukung konsep penelitian ini adalah usaha kerajinan tangan *Pak Lukas Johanes* dengan berbahan dasar batok (tempurung) kelapa, melalui salah satu produknya yaitu asbak yang di desain dengan pohon kelapa disampingnya. Tempat penelitian ini dilakukan di desa budo kec. Wori kab. Minahasa utara. Dalam proses mempromosikan produk akan mengimplementasikan pengembangan teknologi digital marketing dalam rangka memperkenalkan karya kerajinan tangan unggulan desa budo.

1.2. Identifikasi Masalah

- Melihat begitu pentingnya sebuah penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen,
- Mengetahui pertimbangan apa saja yang digunakan dalam mengambil sebuah keputusan untuk membeli sebuah produk baik itu berupa produk berwujud atau yang tidak berwujud (jasa).
- Maka atas dasar latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengambil sebuah judul untuk penelitian dengan judul “ faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada usaha kerajinan tangan desa budo, kec. Wori, minahasa utara”.

1.3. Pembatasan Masalah

Batasan lingkup hanyalah berfokus pada ;

- Memaksimalkan penggunaan media sosial bagi usaha kerajinan tangan dalam proses mempromosikan hasil kerajinan tangan yang dibuat oleh pengrajin.
- Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi dan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk kerajinan tangan.

1.4. Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah adalah sebagai berikut :

- Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam mempromosikan produk tersebut ?
- Apakah faktor Harga, fungsi produk, Lokasi, berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan

- Membantu meningkatkan promosi penjualan produk,
- Mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen,
- Memperhatikan perilaku konsumen, agar dapat melayani konsumen dengan baik.

- Menjelaskan tentang pentingnya memaksimalkan penggunaan internet/ media sosial dalam proses penjualan produk.

B. Manfaat

- Penelitian ini bisa menambah wawasan pengetahuan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam meningkatkan penjualan.
- Membantu menjangkau konsumen dengan mudah dan lebih luas, begitu juga sebaliknya.
- Juga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis mengenai penerapan strategi promosi yang tepat,
- mengetahui perilaku konsumen, agar penulis mengevaluasi kembali pengetahuan apa yang dipahami, yang di dapat dalam proses penelitian tersebut sehingga boleh diterapkan dalam memulai usaha yang sebenarnya di dunia kerja nyata.