

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi Data

Deskripsi adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di lihat dari karakteristik responden antara lain

##### 4.1.1. Deskripsi Karakter Responden

Berdasarkan hasil pengujian data kuesioner responden dengan uji frekuensi diketahui hasil gambaran pada kuesioner karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu berdasarkan umur, jenis kelamin, dan pekerjaan Hasil pengolahan data dengan uji frekuensi tersebut yang telah dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Klamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki – Laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
<b>Total</b>		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.1 responden dengan berjenis kelamin Perempuan memiliki Frekuensi sebanyak 54 orang dengan persentase 54%, dan yang berjenis laki - laki memiliki Frekuensi sebanyak 46 orang dengan persentase 46%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan yaitu 54 orang dengan persentase 54% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 100 orang dengan total persentase sebesar 100%

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Wiraswasta	28	28%
2	PNS	27	27%
3	Karyawan	24	24%
4	Lainnya	21	21%
<b>Total</b>		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini yaitu didominasi oleh Wiraswasta, yaitu 28 orang dengan persentase 28% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 100 orang dengan total persentase sebesar 100%.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
1	17 – 25	33	33%
2	26 – 34	38	38%
3	≥35	29	29%
<b>Total</b>		100	100%

Sumber : Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa proporsi paling besar dari responden dengan usia 26 - 34 tahun sebanyak 38 orang dengan persentase 38%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah usia 26 - 34 Tahun.

#### 4.1.2. Deskripsi Jawaban Responden

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Jawaban Responden**

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Mebel modern menggunakan bahan yang berkualitas	45	45%	55	55%
2	Mebel modern memiliki daya tahan yang kuat	59	59%	41	41%
3	Sesuai dengan kebutuhan dirumah	43	43%	57	57%
4	Memiliki tekstur bahan yang halus	63	63%	37	37%
5	Memiliki design yang menarik	47	47%	53	53%
6	Ukuran dan bentuk yang dapat di ubah menyesuaikan ruangan	56	56%	44	44%
7	Memiliki model yang elegan	53	53%	47	47%
8	Memiliki warna yang sesuai dengan design produk nya	40	40%	60	60%
9	Menggunakan merek tertentu karena kualitas yang lebih baik	52	52%	48	48%
10	Menggunakan merek tertentu karena harga yang ditawarkan lebih murah	38	38%	62	62%
11	Saya menggunakan merek tertentu karena direkomendasikan oleh teman/keluarga	39	39%	61	61%
12	Saya menggunakan merek tertentu karena senang menggunakan produk lokal	41	41%	59	59%
13	Mendapat informasi mebel modern dari orang lain	63	63%	37	37%
14	Mencari informasi dari sumber yang terpercaya	55	55%	45	45%
15	Tertarik dengan mebel modern setelah melihat dari iklan	50	50%	50	50%
16	Sering melihat produk mebel moderndi situs jejaring sosial	54	54%	46	46%
17	Memilki mebel modern karena adanya faktor kebutuhan	45	45%	55	55%

<b>18</b>	Memiliki mebel modern karena ingin mengikuti perkembangan zaman	47	47%	53	53%
<b>19</b>	Memiliki mebel modern karena memudahkan saya dalam menata ruangan	53	53%	47	47%
<b>20</b>	Mebel modern lebih mudah dan praktis	57	57%	43	43%

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, jawaban atas beberapa pertanyaan yang diajukan kepada 100 responden diketahui bahwa butir pertanyaan ke-4 dan ke-13 yaitu “Saya mendapat informasi mebel modern dari orang lain”, “Memiliki tekstur bahan yang halus” mendapat respon tertinggi dengan jawaban YA sebanyak 63 orang dan jawaban TIDAK sebanyak 37 orang, pada butir pertanyaan ke-10 yaitu “Menggunakan merek tertentu karena harga yang ditawarkan lebih murah” mendapat respon terendah dengan jawaban YA 38 orang dan TIDAK sebanyak 62 orang.

## 4.2. Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan korelasi antara masing – masing skor indikator dengan total skor konstruk. Dasar pengambilan keputusan adalah uji validitas koefisien korelasi antara pertanyaan dengan skor total nilai (perason correlation) dibandingkan dengan r tabel perason product moment dengan alpha 5% (0,05), jika lebih besar nilai perason correlation (r hitung) dari pada r tabel maka dinyatakan valid. Berikut aalah hasil uji validitas dalam penelitian ini :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Butir</b>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
--------------	-----------------	----------------	----------------	-------------------

<b>Pernyataan</b>				<b>n</b>
Pertanyaan 1	0,600	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 2	0,581	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 3	0,677	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 4	0,567	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 5	0,607	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 6	0,787	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 7	0,542	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 8	0,752	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 9	0,618	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 10	0,577	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 11	0,696	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 12	0,551	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 13	0,628	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 14	0,777	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 15	0,556	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 16	0,640	0,361	r hitung > r tabel	Valid

Pertanyaan 17	0,545	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 18	0,411	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 19	0,509	0,361	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 20	0,754	0,361	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa nilai r hitung semua butir pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang di ajukan untuk mengukur nilai variabel faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen pada mebel modern dalam penelitian ini dinyatakan valid, artinya semua butir pertanyaan layak untuk dijadikan kusioner.

#### 4.2.2. Hasil Uji Realibilitas

Pengukuran reliabilitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pengukuran sekali saja atau one shot. Dalam pengukuran jenis ini hanya dilakukan satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini dapat dilihat pada di bawah ini

**Tabel 4.6**  
**Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,800 – 1.000	Sangat tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Sedang
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat rendah

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Nilai Cronbach Alpha (r)</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
0,747	0,600 – 0,799	Tinggi

Sumber : Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa variabel faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen pada mebel modren mempunyai tingkat reliabilitas diantara 0,600 – 0,799 yang berarti bahwa variabel dalam penelitian ini mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi.

### 4.3. Uji Analisis Data

#### 4.3.1. Hasil Uji Cochran Q-test

Uji Cochran digunakan untuk mengukur / menilai apakah dua skor berpasangan satu sama lain bersifat nyata (signifikan) baik berada di satu area secara bersamaan atau di area yang berlainan/terpisah, jenis data dari uji ini berasal dari sampel yang pengukurannya bersifat dikotomi (berpisah-dua), misal: sukses dan gagal, ya dan tidak, puas dan tidak puas, cepat dan lambat. Data uji Cochran dapat disebut sebagai data nominal. Dengan menggunakan rumus analisis data Cochran Q Test melalui program SPSS. Analisis faktor-faktor yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk suatu pengambilan keputusan pembelian konsumen pada mebel modern dilihat dari 20 item

pertanyaan yang mempengaruhinya. Pengujian dengan CochranQ Test melalui beberapa tahap karena dari 20 item tersebut semuanya valid sehingga 20 item akan dilakukan uji Cochran Q Test. Hasil analisisnya antara lain sebagai berikut :

### 1. Tahap Pertama

Langkah pertama yaitu melakukan pengujian terhadap 20 item. Dari ke 20 item dan proporsinya jawaban —Ya diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Test Uji Cochran Tahap 1**

<b>N</b>	<b>100</b>
<b>Cochran'S Q</b>	<b>51,573</b>
<b>Df</b>	<b>19</b>
<b>Asymp, Sig</b>	<b>0,000</b>

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui nilai Qhitung adalah 51,573 dan Sig adalah ,000 dan  $X^2$  tabel adalah 31,410. Karena Q hitung  $> X^2$  , dan Sig  $< a$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya terdapat hubungan yang cukup signifikan antar faktor. Hal ini berarti proses Uji Cochran harus diulang dengan menghilangkan/mengabaikan item yang memiliki jawaban Ya paling sedikit. Dalam kasus ini item P10 “Saya menggunakan merek tertentu karena harga yang ditawarkan lebih murah” dengan jawaban Ya 38 orang dan item P11 “Saya menggunakan merek tertentu karena direkomendasikan oleh teman/keluarga” dihilangkan karena jumlah jawaban ya sebanyak 39 orang.

### 2. Tahap Kedua



Dengan menggunakan 18 item pertanyaan, “Saya menggunakan merek tertentu karena harga yang ditawarkan lebih murah” dan “Saya menggunakan merek tertentu karena direkomendasikan oleh teman/keluarga” dikeluarkan dari analisis, dan diperoleh hasil berikut

**Tabel 4.9**  
**Hasil Test Uji Cochran Tahap 2**

<b>N</b>	<b>105</b>
<b>Cochran'S Q</b>	<b>37,695</b>
<b>Df</b>	<b>17</b>
<b>Asymp. Sig</b>	<b>0,002</b>

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui nilai Q hitung adalah 37,965 Sig adalah ,002 dan  $X^2$  tabel adalah 28,869. Karena Q hitung  $> X^2$ , dan Sig  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya terdapat hubungan yang cukup signifikan antar faktor. Hal ini berarti proses Uji Cochran harus diulang dengan menghilangkan/mengabaikan item yang memiliki jawaban Ya paling sedikit. Dalam kasus ini item P8 “Saya memiliki mebel modern karena warna yang sesuai dengan design produk nya” dengan jawaban Ya 40 orang dan P12 “Saya menggunakan merek tertentu karena senang menggunakan produk lokal” dengan jawaban Ya 41 orang.

### 3. Tahap Ketiga

Dengan menggunakan 16 item pertanyaan “Saya memiliki mebel modern karena warna yang sesuai dengan design produk nya” dengan “Saya menggunakan merek tertentu karena senang menggunakan produk lokal” dikeluarkan dari analisis, dan diperoleh hasil berikut :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Test Uji Cochran Tahap 3**

<b>N</b>	<b>100</b>
----------	------------

<b>Cochran'S Q</b>	<b>25,942</b>
<b>Df</b>	<b>15</b>
<b>Asymp. Sig</b>	<b>0,039</b>

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui nilai Q hitung adalah 25,942 Sig adalah ,039 dan  $X^2$  tabel adalah 26,296. Karena Q hitung  $> X^2$ , dan Sig  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak. Artinya terdapat hubungan yang cukup signifikan antar faktor. Hal ini berarti proses Uji Cochran harus diulang dengan menghilangkan/mengabaikan item yang memiliki jawaban Ya paling sedikit. Dalam kasus ini item P1 “Saya memiliki mebel modern karena menggunakan bahan yang berkualitas” dengan jawaban Ya 45 orang, P3 “Saya memiliki mebel modern karena sesuai dengan kebutuhan dirumah” dengan jawaban 43 orang dan P18 “Saya memilki mebel modern karena ingin mengikuti perkembangan zaman” dengan jawaban Ya 47 orang.

#### 4. Tahap Keempat

Dengan menggunakan 13 item pertanyaan “Saya memiliki mebel modern karena menggunakan bahan yang berkualitas”, “Saya memiliki mebel modern karena sesuai dengan kebutuhan dirumah” “Saya memilki mebel modern karena ingin mengikuti perkembangan zaman” dikeluarkan dari analisis, dan diperoleh hasil berikut :

**Tabel 4.11**

**Hasil Test Uji Cochran Tahap 3**

<b>N</b>	<b>100</b>
<b>Cochran'S Q</b>	<b>15,866</b>
<b>Df</b>	<b>12</b>

<b>Asymp. Sig</b>	<b>0,197</b>
-------------------	--------------

Sumber : Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat diketahui nilai Qhitung adalah 15,866 dan Sig adalah 0,197 dan X2 tabel adalah 22,368. Karena Qhitung < X2 , dan Sig > maka Ho diterima. Artinya tidak terdapat hubungan yang sangat signifikan antar faktor yang mempengaruhi atau dengan kata lain proporsi jawaban “Ya” adalah sama untuk setiap faktor.

Berdasarkan pengujian terhadap dua puluh item pertanyaan yang mempengaruhi keputusan pembelian mebel modern, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Cochran Q Test Keputusan Pembelian Mebel Modern**

<b>Tahapan Penelitian</b>	<b>Cochran Q Test</b>	<b>X2Tabel</b>	<b>Uji Ho</b>
Pertama	51,573	31,410	Ditolak
Kedua	37,965	28,869	Ditolak
Ketiga	25,942	26,296	Ditolak
Keempat	15,866	22,368	Diterima

Sumber : data diolah 2022

Setelah diperoleh 11 item yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada mebel modern maka dapat diketahui faktor apa yang paling dominan dalam

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada mebel modern yang dapat dihitung berdasarkan jumlah responden yang terbanyak menjawab “Ya”, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel 4.13**  
**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian mebel modern**

No	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	Ya	Tidak
1	Mebel modern memiliki daya tahan yang kuat (P2)	59	41
2	Memiliki tekstur bahan yang halus (P4)	63	37
3	Ukuran dan bentuk yang dapat di ubah menyesuaikan ruangan (P6)	56	44
4	Memiliki model yang elegan (P7)	53	47
5	Menggunakan merek tertentu karena kualitas yang lebih baik(P9)	52	48
6	Mendapat informasi mebel modern dari orang lain (P13)	63	37
7	Mencari informasi dari sumber yang terpercaya (P14)	55	45
8	Tertarik dengan mebel modern setelah melihat dari iklan (P15)	50	50

9	Sering melihat produk mebel modern di situs jejaring sosial (P16)	54	46
10	Memiliki mebel modern karena memudahkan saya dalam menata ruangan (P19)	53	47
11	Mebel modern lebih mudah dan praktis (P20)	57	43

Sumber : data diolah 2022

#### 4.4. Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode Cochran Q Test dan mengeluarkan item pertanyaan yang mempengaruhi keputusan pembelian pada mebel modern yang mempunyai jawaban YA paling kecil, diperoleh hasil pada pengujian keempat yaitu nilai Q (Chi Square) yaitu 15,866 lebih kecil dari  $X^2$  tabel 22,368 maka keputusan pengujian keempat  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara indikator variabel. Dengan kata lain kemungkinan besar jawaban Ya adalah sama untuk setiap indikator pertanyaan. Dapat diartikan terdapat 11 item pertanyaan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada mebel modern.

Dapat dilihat bahwa Uji Cochran Q Test diadakan sebanyak empat tahap untuk mencari faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada mebel modern, dari 20 item pertanyaan, ada 9 item pertanyaan yang tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada mebel modern yang dikeluarkan selama uji Cochran Q test yang dilakukan secara bertahap yaitu Mebel modern menggunakan bahan yang berkualitas (P1), Sesuai dengan kebutuhan di rumah, (P3) Memiliki design yang menarik (P5), Memiliki warna yang sesuai dengan design produk nya (P8), Menggunakan merek tertentu karena harga yang ditawarkan lebih murah (P10), Saya menggunakan merek tertentu karena direkomendasikan oleh teman/keluarga (P11), Menggunakan merek tertentu karena senang menggunakan produk lokal (P12), Memilih mebel modern karena adanya faktor kebutuhan (P17), Memilih mebel modern karena ingin mengikuti perkembangan zaman (P18)

Setelah mengeluarkan 20 item pertanyaan, akhirnya diperoleh 11 item pertanyaan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada mebel modern yaitu, Mebel modern memiliki daya tahan yang kuat (P2), Memiliki tekstur bahan yang halus (P4), Ukuran dan bentuk yang dapat di ubah menyesuaikan ruangan (P6), Memiliki model yang elegan (P7), Saya menggunakan merek tertentu karena kualitas yang lebih baik(P9), Mendapat informasi mebel modern dari orang lain (P13), Mencari informasi dari banyak sumber mengenai produk mebel modern (P14), Tertarik dengan mebel modern setelah melihat dari iklan (P15), Mencari informasi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli mebel modern (P16), Memiliki mebel modern karena memudahkan saya dalam menata ruangan (P19), Mebel modern lebih mudah dan praktis (P20)

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada mebel modern yang berarti jumlah responden terbanyak yang menjawab Ya sebanyak 63 responden ada dua faktor yang pertama

### **1. Daya Tahan Yang Kuat**

Dalam memilih suatu produk pastinya konsumen akan memilih produk yang memiliki ketahanan yang kuat karena dalam hal ini mebel merupakan barang yang masa pakainya memiliki jangka waktu yang panjang hingga bertahun – tahun atau bahkan sampai puluhan tahun lamanya, sehingga pemilihan produk nya harus benar – benar tepat agar dapat bertahan lama atau awet.

### **2. Tekstur Bahan Yang Halus**

konsumen merasa nyaman apabila prabotan yang ada di rumah nya memiliki bahan yang bagus karna selain untuk keindahan estetika bahan yang halus juga nyaman untuk disentuh dan dipergunakan sehingga prabotan bisa digunakan dengan nyaman mungkin tanpa harus memikirkan tangan yang bisa tergores atau terluka karna permukaan yang kasar. Bahan juga menjadi faktor penting dalam sebuah produk karna bahan yang berkualitas lah yang akan disukai oleh konsumen.

### **3. Bentuk Yang Bisa Diubah**

Pada era saat ini ada banyak sekali bermacam – macam jenis produk prabotan yang beredar di pasaran salah satunya mebel modern, produk ini sangat efisien dan mudah sekali untuk menggunakannya yang dapat mempermudah pengguna nya, contohnya kursi lipat yang dapat dilipat sedemikian rupa sehingga bisa menghemat tempat atau ruang penyimpanan barang disaat rumah yang dihuni berukuran kecil, kemudian ada meja lipat yang juga bisa di lipat dan bisa di bawa kemana – mana, hal ini tentu mempermudah seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan.

#### **4. Model Yang Elegan**

Model elegan yang sesuai dengan model rumah minimalis atau rumah mewah, hal ini terjadi karena seiring dengan perkembangan zaman, model rumah pun kian semakin modern prabotan yang dipakain juga harus menyesuaikan dengan bentuk rumahnya sehingga akan tampak terlihat bagus.

#### **5. Merek**

Pemilihan merek harus tepat karena merek bisa menentukan kualitas barang yang di pasarkan dan ada banyak sekali merek yang beredar di pasaran. Merek adalah salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis. Dengan adanya merek, konsumen akan dapat lebih mudah mengidentifikasi suatu produk dari saingan lainnya. Konsumen juga menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk yang memiliki merek Menurut Kotler (2012) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing.

#### **6. Informasi Dari Orang Lain**

Hal ini terjadi ketika konsumen mendapatkan informasi seputar mebel modern yang sebelumnya tidak diketahui, sehingga konsumen mengerti apa itu mebel modern dan seperti apa bentuk dan fungsi dari mebel modern, informasi merupakan hal yang sangat penting dengan adanya sebuah informasi kita menjadi banyak tau akan berbagai macam berita ataupun pengetahuan seputar mebel modern sehingga hal ini bisa meminimalisir kesalahan dalam memilih sebuah

produk, tanpa adanya sebuah informasi seorang konsumen tidak akan tahu jika terdapat sebuah produk.

### **7. Iklan**

Dengan adanya iklan konsumen dapat mengetahui produk mebel modern, saat ini ada banyak sekali jenis iklan yang beredar contohnya media sosial atau media cetak seperti koran dan brosur dengan adanya iklan konsumen akan mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk mebel modern. Menurut Syardiansah dalam Latief (2018) Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan

### **8. Mudah Untuk Ditata**

Pada situasi tertentu terkadang seseorang kesulitan untuk memindahkan sebuah prabotan yang ada dirumah mereka, tetapi jika menggunakan mebel modern penataan akan sedikit lebih mudah hal ini disebabkan oleh bahan yang digunakan mebel modern tidak menggunakan kayu murni sehingga bobot nya pun pasti akan lebih ringan dan mudah untuk ditata disetiap ruangan, Menurut Davis (2018:701) Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakainya untuk bisa menggunakannya.

### **9. Mudah Dan Praktis**

Pada dasarnya konsumen akan mencari produk yang mudah untuk digunakan di kehidupan sehari – hari karena hal tersebut akan membuat mereka merasa akan terbantu, design mebel modern yang praktis dan mudah digunakan merupakan sebuah inovasi yang bagus untuk memenuhi keinginan para konsumen saat ini memerlukan barang – barang yang praktis mudah untuk digunakan. Selain memiliki design yang elegan mebel modern juga sangat praktis digunakan.

Proses pengambilan keputusan merupakan hal yang penting dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk. Bagi konsumen, proses pengambilan keputusan



merupakan suatu kegiatan penting karena di dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan. Dalam Wibowo dan Karimah (2012) keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen membuat keputusan untuk membeli berbagai produk dan merek yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi informasi, membuat pembelian dan kemudian mengevaluasi keputusan setelah membeli.