

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen PT Sinar Perkasa Busa Di Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Yunita Imelda Nur Anggraini

NPM 22101092086



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2026**

MOTTO

“Allah tidak membebani seorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“segala sesuatu yang telah diawali, maka harus diakhiri”

Yunita Imelda Nur Anggraini



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yunita Imelda Nur Anggraini
NPM : 22101092086
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Administrasi
Universitas : Universitas Islam Malang
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen PT Sinar Perkasa Busa Di Kota Malang)

Malang, 30 Januari 2026
Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



(Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si.)
NPP. 196.02.00102

Dosen Pembimbing II,



(Eny Widayawati, S.AB., M.AB.)
NPP. 199001069232271



Mengetahui:

Ketua Prodi Studi Administrasi Bisnis,



(Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB.)
NPP. 211305199032130

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran akademik yang berlaku di Universitas Islam Malang.

Malang, 29 Oktober 2025

Mahasiswa



Yunita Imelda Nur Anggraini

NPM. 22101092086

MEMO DOSEN WALI

No	Perihal	Paraf Dosen Wali
1.	Telah menempuh mata kuliah	ef
2.	Tidak ada nilai E	ef
3.	Tidak ada nilai D bagi mata kuliah Agama Islam	ef
4.	Nilai D tidak lebih dari 20%	ef
5.	Cetak KRS Semester Aktif sekarang yang sedang ditempuh	ef

Malang, 18 September 2025

Menyetujui,
Dosen Wali

Eny Widayawati, S.AB, M.AB.

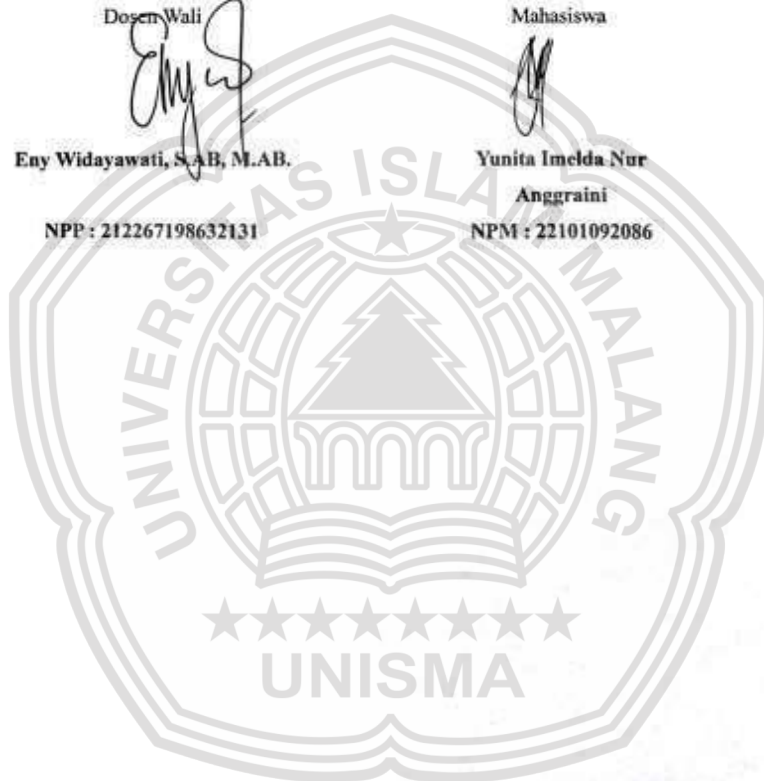
NPP : 212267198632131

Mahasiswa

Yunita Imelda Nur

Anggraini

NPM : 22101092086



MEMO DOSEN WALI

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur kepada Allah Swt. atas segala rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi berjudul ‘Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen PT Sinar Perkasa Busa)’ dengan tepat waktu. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw., keluarga, dan para sahabat. Skripsi ini dapat terselesaikan atas doa, dukungan, bantuan, serta bimbingan berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D. sebagai Rektor Universitas Islam Malang.
2. Bapak Dr. Afifuddin., S.Ag., M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.
3. Ibu Karina Utami Anastuti, S.AB., M.AB. sebagai Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Islam Malang.
4. Ibu Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si. sebagai Dosen Pembimbing I yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan, ajaran, pengarahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi hingga selesai terimakasih bu ilmu yang ibu berikan sungguh sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Ibu Eny Widayawati, S.AB., M.AB sebagai Dosen Pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, ajaran, pengarahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi hingga selesai terimakasih bu ilmu yang ibu berikan

sungguh sangat berguna bagi penulis.

6. Untuk kedua orang tua tercintaku sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah memberikan kasih saya dan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang hanya dapat ku balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahkan. semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ibu dan ayah bahagia, karna ku sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. untuk kedua orang tuaku yang paling ku cintai terima kasih banyak selama ini banyak memberikan banyak motivasi, selalu mendoakanku, selalu menyirami kasih sayang dan selalu menasehatiku untuk menjadi lebih baik.
7. Kepada ketiga kakaku tersayang Kak Lia, Mas Yeyen, Kak Nia, yang selalu memberikan inspirasi untuk terus melangkah maju kedepan, menjadi teman bertukar pikiran, tempat berkeluh kesah, dan menjadi support system terbaik bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Terima kasih atas waktu, materi, doa yang senantiasa dilangitkan, dan seluruh hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
8. Kepada ketiga keponakanku, Adek Qintha, Adek Reya, Dan Adek Ryu. Terima Kasih sudah menjadi mood booster untuk penulis dalam proses menempuh pendidikan selama ini, Terima kasih atas semangat dan cinta yang diberikan kepada penulis. tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adik adikku.
9. Seluruh teman - teman yang selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi kepada penulis selama ini.

10. Untuk diri saya Yunita Imelda Nur Anggraini terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. yang tidak menyerah sesulit apapun ringtangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terima kasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.
11. Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan secara khusus bagi mereka yang selalu menanyakan, ‘kapan wisuda?’ dan ‘kapan skripsi selesai?’. Penulis meyakini bahwa wisuda hanyalah tahap akhir dari sebuah proses panjang. Lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kesalahan ataupun aib, karena nilai seseorang tidak dapat diukur hanya dari cepat atau lambatnya menyelesaikan studi. Pada akhirnya, skripsi terbaik adalah skripsi yang berhasil diselesaikan, baik tepat waktu maupun tidak.

Penulis

Yunita Imelda Nur Anggraini

CURRICULUM VITAE

Nama : Yunita Imelda Nur Anggraini

Nomer Induk Mahasiswa : 22101092086

Tempat, Tanggal Lahir : 10 Juni 2003

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

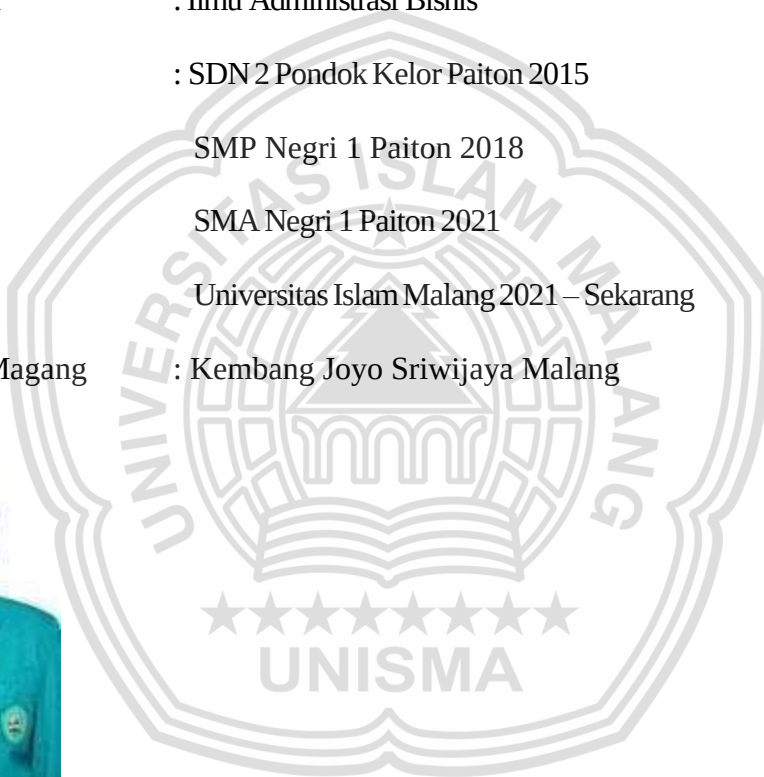
Pendidikan : SDN 2 Pondok Kelor Paiton 2015

SMP Negeri 1 Paiton 2018

SMA Negeri 1 Paiton 2021

Universitas Islam Malang 2021 – Sekarang

Pengalaman Magang : Kembang Joyo Sriwijaya Malang



RINGKASAN

YUNITA IMELDA NUR ANGGRAINI (2026), Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen PT. Sinar Perkasa Busa Di Kota Malang). Dosen Pembimbing (1) Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si dan Dosen Pembimbing (2) Eny Widayawati, S.AB., M.AB.

Persaingan industri perlengkapan rumah tangga, khususnya produk kasur, Bertambahnya jumlah bisnis yang bermunculan membuat kondisi pasar semakin kompetitif. Hal ini mendorong perusahaan guna tidak hanya bersaing dari sisi harga, tetapi juga meningkatkan kualitas produk dan membangun kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, PT. Sinar Perkasa Busa perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian guna mempertahankan dan meningkatkan daya saing.

Penelitian ini menguji peran kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.

Pendekatan kuantitatif asosiatif digunakan dengan 101 responden yang dipilih secara accidental sampling. Data kuesioner konsumen PT Sinar Perkasa Busa dianalisis menggunakan SPSS 23 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi berganda, dan hipotesis..

Berdasarkan pengolahan data, keputusan pembelian konsumen terbukti dipengaruhi secara nyata oleh kualitas produk dan tingkat kepercayaan konsumen, baik ketika diuji masing-masing maupun secara bersama. Besarnya kontribusi kedua variabel tersebut tercermin dari nilai koefisien determinasi 75,1%, sedangkan 24,9% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian..

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.



SUMMARY

YUNITA IMELDA NUR ANGGRAINI (2026), *The Influence of Product Quality and Consumer Trust on Purchase Decisions (A Study of Consumers of PT. Sinar Perkasa Busa in Malang City)*. Supervisor (1) Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si and Supervisor (2) Eny Widayawati, S.AB., M.AB.

The competition in the household equipment industry, particularly in the mattress sector, has become increasingly intense due to the growing number of emerging businesses. This condition requires companies not only to compete in terms of price but also to improve product quality and build consumer trust. Therefore, PT. Sinar Perkasa Busa needs to understand the factors influencing purchasing decisions in order to maintain and enhance its competitiveness.

This study aims to analyze the effect of product quality and consumer trust, both partially and simultaneously, on purchasing decisions among consumers of PT. Sinar Perkasa Busa in Malang City.

This study applies an associative quantitative design using primary and secondary data sources. A total of 101 consumers of PT Sinar Perkasa Busa in Malang City were selected through accidental sampling. Questionnaire data, including Google Forms responses, were analyzed with SPSS 23 using validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, and hypothesis tests.

The findings show that product quality and consumer trust have a significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously. Together, these variables explain 75.1% of the variance, while the remaining 24.9% is influenced by factors beyond the research model..

Keywords: Product Quality, Consumer Trust, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan sektor manufaktur Indonesia, khususnya sektor distribusi perlengkapan rumah tangga menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Hal tersebut dipicu oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan urgensi kenyamanan dan kualitas hidup terutama dalam aspek tidur. Data dari statistika (2025) pendapatan pasar furnitur rumah tangga di Indonesia akan mencapai USD 4,94 miliar pada tahun 2025 dan diperkirakan mencapai USD 6,15 miliar pada tahun 2030, dengan tingkat pertumbuhan (Cagr) sebesar 4,46% selama periode 2025-2030 yang ditunjukkan pada grafik dibawah ini.



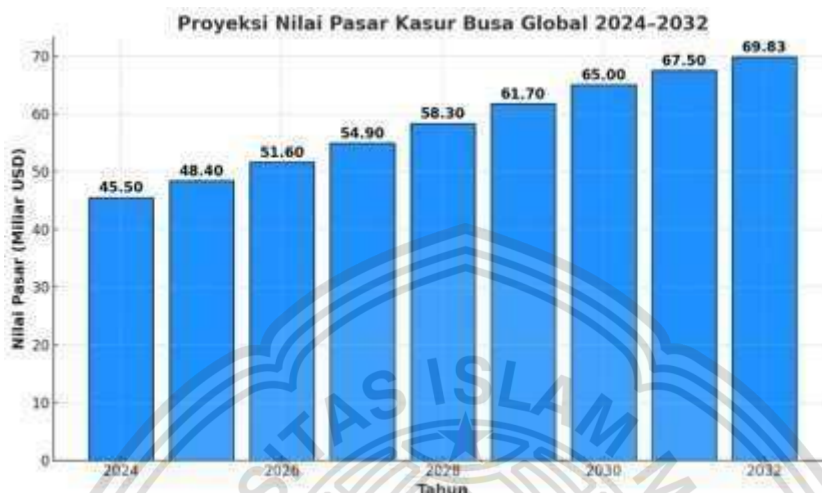
Gambar 1. Grafik Furniture Market

Sumber: Mordor Intelligence (2025)

Pertumbuhan ini seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk, meningkatnya taraf hidup, serta bertambahnya kesadaran masyarakat terhadap kenyamanan dan kualitas dalam penggunaan produk sehari-hari, salah satunya dalam memilih kasur yang berkualitas. Kasur, kini tidak hanya diposisikan semata sebagai kebutuhan dasar, tetapi telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup yang merepresentasikan tingkat kesejahteraan, kesehatan mental dan preferensi konsumen terhadap kenyamanan. Peran kasur memegang peranan penting sebagai elemen utama yang mempengaruhi kualitas tidur, hal ini secara langsung memengaruhi tingkat produktivitas serta kesehatan fisik.

Salah satu varian kasur busa yang banyak diminati konsumen adalah kasur busa (*foam mattress*), karena memiliki beberapa keunggulan. Di antaranya adalah bobot yang ringan, harga yang relatif terjangkau, serta kemampuannya untuk menyesuaikan bentuk dan lekuk tubuh secara optimal. Dengan karakteristik tersebut, kasur busa memberikan dukungan tidur yang seimbang dan nyaman, sehingga mampu meningkatkan kualitas tidur masyarakat dari berbagai kalangan. Selain menawarkan kenyamanan dan harga yang terjangkau, kasur busa juga dikenal memiliki manfaat dari segi kesehatan, yang kini diperhatikan oleh masyarakat. Salah satu keunggulan utama adalah kemampuannya mengurangi tekanan pada bagian tubuh tertentu, seperti bahu, pinggul, dan punggung bagian bawah. Popularitas kasur busa berdasarkan laporan Maximize Market Research (2024), nilai pasar kasur busa tercatat sekitar

USD 45.50 miliar dan diproyeksikan terus mengalami pertumbuhan dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar USD 69.83 miliar hingga tahun 2032 yang di tunjukkan pada grafik di bawah ini :



Gambar 2. Grafik pertumbuhan pasar kasur busa

Sumber : Maximize Market Research (2024)

Berdasarkan grafik di atas, pertumbuhan pasar kasur busa tersebut didorong oleh tingginya permintaan konsumen yang mengutamakan kenyamanan, kualitas tidur, dan aspek kesehatan. Kondisi tersebut menjadikan kasur busa tidak hanya populer untuk kebutuhan rumah tangga, tetapi juga banyak digunakan di industri perhotelan, apartemen, rumah kos, serta di sektor kesehatan seperti rumah sakit dan klinik rehabilitasi. Persaingan yang ketat antar perusahaan menuntut produsen untuk menghadirkan produk dengan kualitas terbaik sekaligus membangun kepercayaan konsumen agar tetap mampu bersaing.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur ini ialah PT Sinar Perkasa Busa di Kota Malang. Perusahaan ini merupakan sebuah

perusahaan yang bergerak dibidang distribusi kasur busa, sofa dan berbagai kebutuhan lain yang berhubungan dengan kenyamanan rumah tangga maupun industri. Hal ini alasan memilih tempat objek penelitian karena memiliki keunggulan dalam hal kelengkapan serta variasi produknya dibandingkan perusahaan lain di wilayah malang. Perusahaan ini menawarkan berbagai pilihan warna, ukuran, dan jenis busa, serta menyediakan grade kualitas produk yang beragam, yaitu grade A, B, C yang di sesuaikan dengan kebutuhan serta kemampuan daya beli konsumen.

Perusahaan menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap mutu produk serta menjaga kepercayaan konsumen dalam setiap proses pembelian. Pada konteks kebutuhan konsumen, produk kasur busa memegang peran penting sebagai penunjang kualitas tidur dan kesehatan. PT Sinar Perkasa Busa berupaya menyediakan produk yang mampu menyesuaikan bentuk dan lekuk tubuh secara optimal, memberikan dukungan seimbang, serta meningkatkan kenyamanan tidur bagi penggunaannya, mengingat kualitas tidur yang baik sangat memengaruhi produktivitas dan kesejahteraan individu, sehingga menjadi salah satu kebutuhan esensial dalam rumah tangga.

Untuk memenuhi berbagai segmen pasar, perusahaan ini menawarkan produk kasur busa dalam tiga kategori utama : kualitas A. B, dan C, serta berbagai ukuran sesuai permintaan konsumen. pada kategori Produk kualitas A menggunakan bahan busa yang berkualitas tinggi seperti (*High Density Foam* atau *Memory Foam*), yang dikenal memiliki

kepadatan tinggi, daya tahan kuat, dan kemampuan menyesuaikan bentuk tubuh secara optimal. Sementara itu, kategori kualitas B menggunakan bahan busa (**Medium Density Foam** atau **Rebonded Foam**) yang memberikan keseimbangan ideal antara kualitas dan harga yang lebih terjangkau. Untuk kategori kualitas C menggunakan bahan busa (**Polyurethane Foam**), jenis kasur busa PU foam ini memiliki kelebihan berupa bobot yang ringan dan harga yang lebih terjangkau. Meskipun daya tahannya tidak setinggi jenis busa lainnya, PT Sinar Perkasa Busa tetap berkomitmen untuk menjaga standar dasar kenyamanan bagi pelanggan yang memiliki anggaran lebih ekonomis.

PT Sinar Perkasa Busa beroperasi di pasar yang sedang pesat dan menawarkan produk yang bervariasi, perusahaan ini menghadapi tantangan signifikan, berupa fluktuasi penjualan yang tidak stabil. Berdasarkan hasil analisis data penjualan dalam beberapa bulan terakhir terjadi adanya pola naik turun yang cukup beragam pada tiga jenis kualitas kasur busa yaitu (produk A, B , dan C) Selama bulan Januari hingga Mei 2025. Hal tersebut ditunjukkan dalam grafik.



Gambar 3. Grafik Penjualan PT Sinar Perkasa Busa Periode Januari – Mei

Sumber : PT Sinar Perkasa Busa 2025

Dari gambar di atas menunjukkan grafik penjualan produk A, B dan C pada PT. Sinar Perkasa Busa menunjukkan bahwa pergerakan volume penjualan selama periode bulan Januari hingga bulan Mei 2025. Data tersebut memperlihatkan bahwa pada bulan Januari penjualan produk A mencapai 625 unit. Angka ini kemudian mengalami peningkatan signifikan di bulan – bulan berikutnya hingga mencapai puncaknya di bulan Maret dengan 2.210 unit . Pola kenaikan tajam serupa juga terjadi pada produk B dan C, dimana ketiganya serentak mencatatkan puncak penjualannya masing – masing di bulan Maret. Secara spesifik, Produk B secara konsisten mendominasi penjualan dari bulan Maret hingga bulan Mei, mencapai volume tertinggi di antara ketiganya dengan 2.650 unit pada bulan Maret. sementara itu produk C, meskipun juga mencapai puncaknya di bulan Maret dengan 1.980 unit, selalu menjadi yang terendah. Setelah puncaknya di bulan Maret, penjualan ketiga produk menunjukkan tren penurunan bertahap

hingga bulan Mei.

Perubahan signifikan dalam grafik penjualan menunjukkan bahwa terdapat dinamika pasar yang perlu di analisis secara lebih dalam. Walaupun peningkatan permintaan secara bersamaan pada bulan Maret mengindikasikan adanya potensi pasar yang kuat, tren penurunan penjualan setelahnya menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana kualitas produk serta tingkat kepercayaan konsumen dapat memberi pengaruh keputusan pembelian secara terus menerus. Penurunan ini tidak bisa dianggap gejala musiman semata, melainkan sebagai tanda bahwa persepsi dan pengalaman konsumen terhadap produk belum sepenuhnya stabil dan konsisten. Keberadaan suatu produk di pasar bukan hanya karena faktor ketersediaan, melainkan juga oleh evaluasi konsumen terhadap kualitas yang dimiliki, nilai fungsional, serta manfaat produk yang di tawarkan.

Dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif perusahaan dituntut untuk menerapkan manajemen yang adaptif dan strategis. Seiring dengan meningkatnya jumlah perusahaan yang beroperasi dalam kategori produk yang sejenis menyebabkan tingkat persaingan pasar menjadi semakin ketat. Persaingan tersebut terlihat dari kehadiran produsen atau distributor lain, salah satunya ialah Royal Foam Malang, yang juga memproduksi dan memasarkan kasur busa dengan segmentasi konsumen yang relatif sama. Kehadiran para pesaing tersebut menjadikan dinamika pasar kasur busa di Kota Malang semakin kompleks, sehingga setiap perusahaan perlu untuk

terus berkembang dalam memelihara kualitas produk sebagai penentu keputusan pembelian konsumen, serta membangun kepercayaan konsumen tetap sebagai tolak ukur penting dalam proses pembelian.

Keputusan pembelian adalah tindakan menentukan pilihan pada suatu produk berdasarkan pertimbangan dari berbagai opsi. Menurut Kotler & Keller (2016:177), Keputusan pembelian menggambarkan proses konsumen dalam menentukan pilihan atas barang atau jasa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Zusrony (2021:35) menegaskan bahwa keputusan tersebut merupakan hasil akhir dari serangkaian pertimbangan hingga konsumen memutuskan memperoleh produk tertentu..

Dalam tahapan pengambilan keputusan pembelian, konsumen mempertimbangkan beragam faktor, salah satunya ialah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:273), Kualitas produk merupakan seluruh atribut dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, baik secara nyata maupun tersirat, sehingga menjadi aspek penting dalam penilaian konsumen yang dievaluasi oleh calon konsumen ketika hendak membeli, baik terhadap barang maupun jasa. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi agar mampu memenuhi ekspektasi konsumen (Aghitsni & Busyra, 2022). Kualitas produk yang unggul memberikan implikasi positif bagi

Perusahaan, seperti meningkatnya kepuasan konsumen, perluas pangsa pasar, peningkatan volume penjualan, serta penurunan tingkat keluhan konsumen dan berbagai manfaat lain. Dalam konteks tersebut, perusahaan perlu memaastikan penyediaan kualitas produk yang optimal dalam menarik perhatian konsumen agar terpikat dengan produk tersebut sehingga meyakinkan mereka dalam melakukan keputusan pembelian.



Gambar 4. Review Produk Oleh Konsumen

Sumber: Google maps PT Sinar Perkasa Busa, 2025

Dari hasil review di atas menunjukkan bahwa dari kualitas produk pada PT. Sinar Perkasa Busa menjadi salah satu aspek utama yang diperhatikan konsumen saat menentukan pembelian. hal ini dapat dipahami karena kualitas erat kaitannya dengan kenyamanan, ketahanan, dan manfaat yang dirasakan langsung oleh pengguna. Menurut Lestari (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Cv. Gowata Sakti Motor” penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk berdampak besar

pada keputusan pembelian untuk membeli. Ketika konsumen mempertimbangkan suatu produk, kualitas menjadi salah satu aspek utama yang dinilai. Barang berkualitas meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Sebaliknya, produk yang kurang berkualitas dapat membuat konsumen ragu-ragu bahkan enggan untuk membelinya. Selain itu, jika manfaat yang ditawarkan oleh produk sesuai dengan janji produsen, hal ini akan membangun kepercayaan konsumen serta mengajak mereka untuk menjadi pelanggan setia.

Lebih lanjut, Dalam menentukan pembelian, kepercayaan konsumen memegang peranan penting., yang memiliki peran krusial dalam menentukan pilihan. Oleh karena itu, pembangunan kepercayaan konsumen menjadi strategi utama bagi perusahaan, karena konsumen memiliki rasa percaya tinggi terhadap produk atau perusahaan akan cenderung melakukan pembelian, serta mendorong munculnya rekomendasi positif kepada pihak lain. Kepercayaan konsumen dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, seperti peningkatan loyalitas, stabilitas penjualan, keuntungan yang lebih tinggi, dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Menurut wardhana (2024:334) kepercayaan konsumen merupakan elemen kunci yang menentukan keberhasilan suatu hubungan bisnis, karena menjadi fondasi bagi terbentuknya loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam jarak yang panjang. kepercayaan konsumen mencerminkan tingkat keyakinan dan rasa percaya yang dimiliki konsumen pada suatu organisasi atau merek, yang mencakup harapan bahwa perusahaan mampu memenuhi janji serta menyediakan produk dan layanan sesuai ekspektasi konsumen. konsumen lebih terdorong untuk melakukan pembelian ketika

mereka menilai produk yang menjadi tawaran memiliki kualitas yang baik sekaligus dapat mempercayai ataupun penjualnya.

Kepercayaan konsumen tidak hanya berperan dalam mendorong keputusan pembelian di awal, tetapi juga berpengaruh terhadap kecenderungan melakukan pembelian ulang serta membangun loyalitas dalam jangka panjang. Penelitian oleh Novendra (2024) dengan judul “Pengaruh Sosial Media Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Platform Tokopedia Di Tengerang Selatan” dari penelitian tersebut ditemukan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara nyata oleh kepercayaan konsumen.

Pada penelitian Pratiwi (2024), berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, Dan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Royal Furniture Di Denpasar” pada penelitian tersebut menemukan belum adanya pembahasan kepercayaan konsumen dapat dipandang sebagai salah satu determinan utama yang dapat berdampak pada keputusan pembelian. oleh karena itu, bahwasannya penelitian ini ada kebaruan dengan menambahkan variabel kepercayaan konsumen serta menjadikan PT Sinar perkasa busa sebagai objek penelitian yang berperan sebagai distributor kasur busa. Berbeda dengan penelitian – penelitian sebelumnya yang umumnya menguji kualitas produk dengan variabel lain tanpa menjadikan kepercayaan konsumen sebagai faktor yang secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini berfokus pada penngaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen pada keputusan pembelian

dalam konteks distribusi perlengkapan rumah tangga, khususnya kasur busa. Penelitian ini berkontribusi untuk memperluas kajian ilmu perilaku konsumen, dengan tujuan menyajikan gambaran yang lebih utuh tentang faktor-faktor yang memengaruhi proses keputusan pembelian pada sektor distribusi kasur busa. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan praktis strategi pemasaran perusahaan, menyediakan produk dengan kualitas yang unggul, pelayanan yang baik, jaminan produk yang bagus dengan upaya membangun kepercayaan konsumen. Disamping itu, secara akademis dapat memperluas literatur terkait faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian, terutama sektor produk konsumen dengan tingkat persaingan tinggi, serta dapat memberikan informasi terkait jenis produk kasur yang baik untuk kesehatan dan kenyamanan dalam penggunaannya.

Bertolak dari fenomena tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk menelaah dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen PT Sinar Perkasa Busa)” penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen pada keputusan pembelian.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?

3. Apakah kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian.
3. Menganalisis pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang di harapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Akademis

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber acuan dalam memahami isu-isu terkait keputusan pembelian dan sebagai landasan bagi penelitian lanjutan dengan tema yang sejenis.

b. Manfaat Perusahaan

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjelaskan hubungan pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen, sehingga dapat menjadi masukan bagi PT Sinar Perkasa Busa dalam mengidentifikasi faktor yang dapat berpengaruhh pada keputusan pembelian konsumen.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematik pembahasan pada penelitian ini antara lain :

a. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menyajikan gambaran umum mengenai penelitian yang akan dilakukan, termasuk latar belakang masalah, pernyataan penelitian ini mencakup rumusan masalah, tujuan penelitian yang hendak dicapai, serta manfaat yang diharapkan dari pelaksanaannya.

b. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada tinjauan pustaka ini, peneliti membahas penelitian terdahulu sebelum mencantumkan teori – teori yang relevan menurut para ahli yang meliputi judul dan tema yang akan dibahas, serta menjelaskan kerangka hipotesis dan hipotesis peneliti.

c. BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tiga menjelaskan tentang lokasi penelitian, jenis penelitian yang dilakukan, variabel objek penelitian kuantitatif dan pengukurannya, alat pengumpul data, dan teknis analisis data.

d. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian, analisis data, profil responden, dan pembahasan temuan.

e. BAB V : PENUTUP

Di dalam bab terakhir ini memberikan kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan peneliti serta mencantumkan daftar pustaka yang menjadi acuan atau referensi pada pembuatan laporan akhir.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh beberapa kesimpulan berikut:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Pada variabel kualitas produk indikator dengan nilai mean rata - rata tertinggi terdapat pada pernyataan X1.1 mengenai produk kasur busa di PT. Sinar Perkasa Busa nyaman saat digunakan dengan mean sebesar 4.37. Tingginya rata - rata tersebut mencerminkan bahwa konsumen memberikan penilaian sangat positif terhadap tingkat kenyamanan produk. Hal ini memperlihatkan bahwa aspek kenyamanan menjadi faktor utama yang dirasakan secara langsung oleh konsumen dan menjadi aspek penting yang mendorong terbentuknya keputusan pembelian.
2. Tingkat kepercayaan konsumen (X2) yang lebih tinggi mampu mendorong terbentuknya keputusan pembelian (Y) secara positif dan signifikan. Pada variabel kepercayaan konsumen indikator dengan nilai mean rata - rata tertinggi terdapat pada pernyataan X2.1 mengenai PT. Sinar Perkasa Busa menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan dan kenyamanan konsumen dengan mean sebesar 4.39. Tingginya nilai rata - rata tersebut menunjukkan bahwa konsumen menilai perusahaan memiliki perhatian dan tanggung jawab yang baik terhadap pelanggan. Persepsi adanya kepedulian ini menumbuhkan rasa aman dan keyakinan bahwa

perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen. Ketika konsumen merasa diperhatikan dan kebutuhan mereka di prioritaskan, tingkat kepercayaan akan meningkat, sehingga mendorong terbentuknya keputusan pembelian.

3. Temuan penelitian menegaskan bahwa keputusan pembelian pada PT. Sinar Perkasa Busa terbentuk dari kombinasi kualitas produk dan kepercayaan konsumen yang secara bersama menciptakan persepsi positif

B. Saran

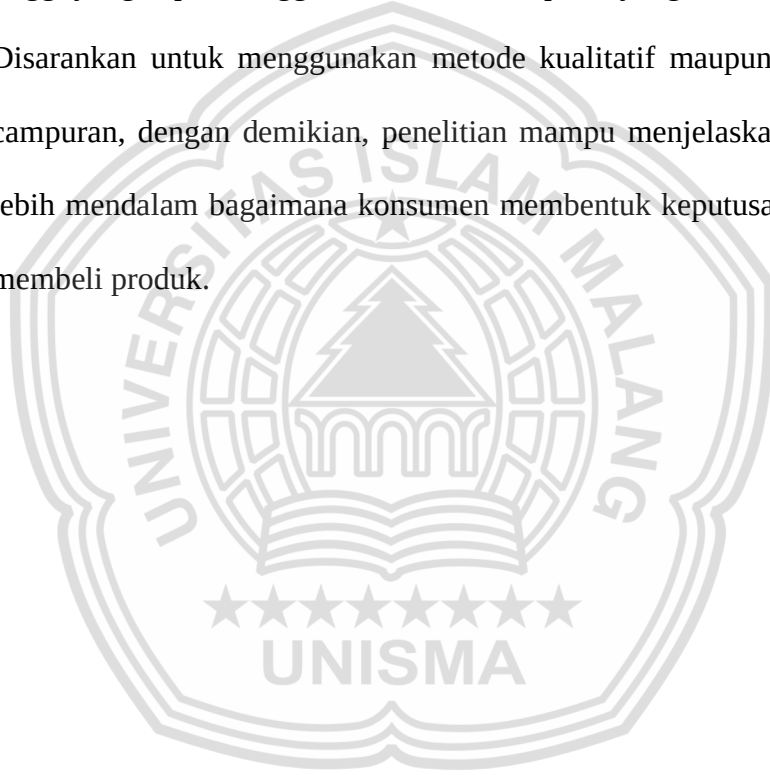
Merujuk pada hasil penelitian terkait pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Sinar Perkasa Busa di Kota Malang, maka penelitian diajukan sejumlah saran seperti berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a. PT. Sinar Perkasa Busa disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk kasur busa yang ditawarkan terutama pada aspek daya tahan, serta tingkat keselarasan produk terhadap kebutuhan konsumen. Peningkatan kualitas yang konsisten pada setiap kategori diharapkan dapat memperkuat minat serta keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian.
- b. Perusahaan perlu memperkuat kepercayaan konsumen dengan menjaga kejujuran dalam penyampaian informasi produk, baik terkait bahan, kualitas, maupun harga. transparansi informasi tersebut penting untuk membangun persepsi positif serta mengurangi keraguan konsumen dalam tahapan pengambilan keputusan pembelian.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian berikutnya sebaiknya mengembangkan variabel lain, seperti harga, promosi, kualitas layanan, citra merek, dan kepuasan konsumen, agar pembahasan keputusan pembelian lebih luas.
- b. Disarankan dapat memperluas cakupan objek dan lokasi penelitian supaya hasil penelitian memperoleh tingkat generalisasi yang lebih tinggi yang dapat menggambarkan kondisi pasar yang lebih luas.
- c. Disarankan untuk menggunakan metode kualitatif maupun metode campuran, dengan demikian, penelitian mampu menjelaskan secara lebih mendalam bagaimana konsumen membentuk keputusan dalam membeli produk.



DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jimea: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*. Vol 6 (No. 3), 38-51.
- Abdullah, I. K., Juanna, A., Machmud, R., Hinel, R., & Kango, U. (2024). Pengaruh kualitas produk dan word of mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen di Meubel UD. Arafah Kota Gorontalo. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(5), 1611–1624.
- Daga, Rosnaini. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. Sulawesi Selatan: *Global Research and Consulting*. Available from: <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 13 Agustus 2025].
- Diana, E. N., Rapini, T., & Chamidah, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Brand Image, Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cosmetic Merek Y.O.U. *The Academy Of Management And Business (TAMB)*, 2(1), 257.
- Eldawati, S., Bakkareng., & Delvianti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Furniture Studi Kasus pada CV. Alzaid Furniture Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Matua*, Vol 4 (No 1), 39-52.
- Firmansyah (2018). Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish Publisher (CV Budi Utama). Available From : <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 28 Agustus 2025].
- Fadhillah, N. A., & Manggabarani, A. S. (2024). Pengaruh kepercayaan merek, keamanan, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian online (Studi pada ibu rumah tangga di DKI Jakarta). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(1), 13–24.
- Google Maps PT Sinar Perkasa Busa. <https://share.google/5IVfpkpibL020HZ9b>
- Ghazali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjadi, Didik., & Arraniri., Iqbal. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania. Available from: <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 13 Agustus 2025].
- Hasan, Fuad. (2020). Metode Riset Bisnis. Madura: UTM Press. Available from:

<<https://books.google.co.id/>> [Accessed 13 Agustus 2025].

- Imarc. (2024). *Indonesia Furniture Market by Material (Wood, Metal, Plastic, and Others), Application (Home Furniture, Office Furniture, Hospitality, and Others), Distribution Channel (Supermarkets, Specialty Stores, Online, and Others), and Region 2025-2033*. <https://share.google/0IlobLVfmuCIWdQv3> [internet], 13 Agustus 2025. Available from < https://www.imarcgroup.com/indonesia-furniture-market?utm_source=chatgpt.com >
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Indrawati, Mei., Rusdiyanto., & Djuuna, Meykel. (2024). *Keputusan Pembelian Pengaruh Website Quality, Sales Promotion, Prices Through Consumer Trust*. Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Grup. Available from: <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 10 Agustus 2025].
- Jasmine, Khoiri (2023). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Online Di Tiktok. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 6 (No 2).
- Kotler & Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. Available from: < <https://id.scribd.com/> > Accessed 13 Agustus 2025.
- Laudya, W., Purba, M. N., Garcia, R. P., & Auza, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(6), 3407–3415.
- Lestari (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Cv.Gowata Sakti Motor. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Unisversitas Muhammadiyah Makassar*.
- Luhglatno., Sani, Indra, & dkk. (2024). *Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara. Available from: <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 13 Agustus 2025].
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 314–323.
- Maximize Market Research. (2025, Agustus). *Global Foam Mattress Market Size, Share & Growth Rate – Global Industry Analysis & Forecast (2025-2032)*.

12 september 2025. Available from <
https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/global-foam-mattress-market/10799/?utm_source=

Mordor Intelligence. (2025, November). Indonesia *Home Furniture Market Size & Share Analysis – Growth Trends and Forecast (2025–2030)*. 15 November 2025. Available From <
<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-home-furniture-market> >

Mulyadi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Sewa Tenda di CV. Cahaya Firdaus Kec. Tampan Pekanbaru. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekanbaru. *Available from:*[<https://repository.uinsuska.ac.id/29467/2/SKRIPSI%20GABUNG.pdf>]].

Novendra (2024). Pengaruh Sosial Media Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Platform Tokopedia Di Tangerang Selatan. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis, Vol 1 (No 1), 347 – 359

Nugraha (2021). Teori perilaku konsumen (edisi 1). Pekalongan : *Available from:* chromeextension://efaidnbmnmnibpajpcglclefindmkaj/https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.pdf [Accessed 13 Agustus 2025].

Okhtavia, R., & Setiawan. M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE (Studi pada Pengguna Sepatu Olahraga NIKE di Kota Kendal). *SEIKO: Journal of Manajement & Business*, Vol 4 (No 3), 357-369.

Pratiwi, N. L., & Rahyuda, I. K. (2024). Pengaruh kualitas produk, word of mouth, dan e-commerce terhadap keputusan pembelian pada Royal Furniture di Denpasar. *Jurnal Satyagraha*, 5(2), 165–179.

Permatasi, M.S., Mas, N., & Wulandari, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Peran Harga Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Home Industry Kasur Busa HK Product Sukorejo Kabupaten Pasuruan). *Conference on Economic and Business Innovation*. Vol 2 (No 1), 1-11.

Shinta.,et.al (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Peran Harga Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Home Industry Kasur Busa Hk Product Sukorejo Kabupaten Pasuruan). *Conference On*

Economic And Business Innovation (CEBI), Universitas Widyagama Malang.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sanricky Wijaya, & Sutrisna. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kasur merek HOMMY di situs Tokopedia. *EMABI: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 3(2).

Sari, D. R., Jaya, R. C., & Mubarak, D. A. A. (2025). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian furnitur. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(3).

Talunohi, H., Hardilawati, W.L., & dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Sopee di Pekanbaru. *Merdeka EMBA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Vol 1, (No 1), 24-34.

Vitaloka.,et.al (2024). Pengaruh *perceived quality* dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian hijab Zoya di Kota Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 10(1), 125–133.

Wardani, D. S., Ambarwati, D., & Jatmiko, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Dian Jaya Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, Vol 1 (No 3), 77-83.

Wardhana, Aditya. (2024). *Consumer Behavior In The Digital 4.0*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara. Available from: <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 13 Agustus 2025].

Wijaya, S., & Sutrisna. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kasur Merek HOMMY Situs Tokopedia. *Jurnal Emabi: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol 3 (No 2), 1-18.

Zusrony, Edwin. (nd). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik. Available from: <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 13 Agustus 2025].