

SKRIPSI

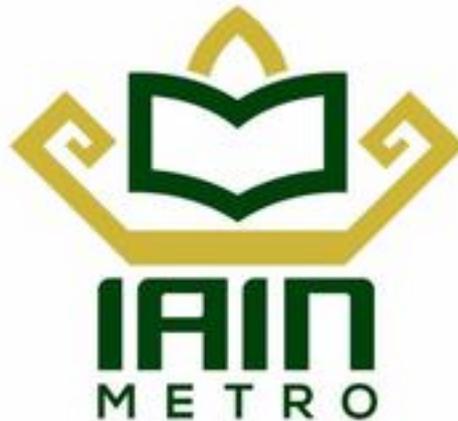
**DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PRODUK**

**(Studi pada Lintang Art Nambahrejo Kecamatan Kotagajah
Kabupaten Lampung Tengah)**

Oleh:

CINDY PUSFITA DESPRIANTI

NPM. 1804041034



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2022 M**

SKRIPSI

DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK

**(Studi pada Lintang Art Nambahrejo Kecamatan Kotagajah
Kabupaten Lampung Tengah)**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

CINDY PUSFITA DESPRIANTI

NPM. 1804041034

Dosen Pembimbing:

Nizaruddin S.Ag., M.H.

JURUSAN EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1444 H / 2022 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Permohonan Untuk Di Munaqosyahkan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro
Di Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

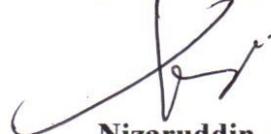
Setelah membaca dan mengadakan bimbingan serta perbaikan seperlunya maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : Cindy Pusfita Desprians
NPM : 1804041034
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN
Skripsi : TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
PRODUK (Studi pada Lintang Art Nambahrejo Kecamatan
Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk di munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Metro, Desember 2022
Mengetahui
Dosen Pembimbing



Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 197403021999031001

HALAMAN PERSETUJUAN

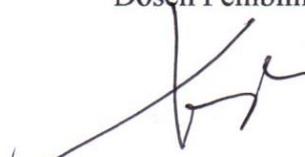
Judul Skripsi : DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN PRODUK (Studi pada Lintang Art
Nambahrejo Kecamatan Kotagajah Kabupaten Lampung
Tengah)

Nama : Cindy Pusfita Desprianti
NPM : 1804041034
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di munaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Metro, Desember 2022
Dosen Pembimbing



Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 19740302199931001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-0037/W.20.3/D/PP.009/01/2023

Skripsi dengan judul: **Dampak Kreatifitas Produk Kerajinan Tangan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk**

Disusun oleh Cindy Pusfita Desprianti, NPM. 1804041034, Jurusan : Ekonomi Syariah telah diuji dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis, 29 Desember 2022.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator : Nizaruddin, S.Ag.,M.H

(.....)

Penguji I : Liberty, S.E.,M.A

(.....)

Penguji II : Hotman, M.E.Sy

(.....)

Sekretaris : Anggoro Sugeng, M.Sh.Ec

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum

NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK (Studi pada Lintang Art Nambahrejo Kecamatan Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah)

OLEH :

CINDY PUSFITA DESPRIANTI

1804041034

CINDY PUSFITA DESPRIANTI, NPM 1804041034, Judul Skripsi “Dampak Kreativitas Produk Kerajinan Tangan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk” (Studi pada Lintang Art Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Kabupaten Lampung Tengah)”, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung.

Permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah mengenai dampak kreativitas produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dalam kehidupan sehari-hari terdapat banyak permasalahan terkait dengan Usaha Kecil Menengah. Seperti halnya persaingan dalam menghasilkan sebuah produk yang berkualitas, sempitnya lokasi pemasaran, dan mendapatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu setiap pengusaha harus mempunyai strategi agar selalu unggul dalam persaingan, yaitu dengan melakukan kreativitas produk yang akan meningkatkan nilai tambah suatu produk.

Tujuan dari penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh kreativitas terhadap keputusan konsumen dalam pembelian. Proses penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik serta pekerja di Lintang Art dan konsumen. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data - data yang diperlukan dalam penelitian dengan tujuan mengetahui informasi tentang tahapan keputusan pembelian melalui tujuh informan, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berfikir induktif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kreativitas dan teori keputusan konsumen. Dapat diketahui hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dari suatu produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk.

Kata Kunci : *Kreativitas, Keputusan Pembelian*

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Cindy Pusfita Desprianti
NPM : 1804041034
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian - bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2022

Yang Menyatakan,



Cindy Pusfita D.

NPM 1804041034

MOTTO

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ، مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا ۖ فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِن وَّالٍ ۙ ۱۱

Artinya : *Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan Tugas Akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Ibunda Muntamah dan Ayahanda Asomad yang sangat peneliti sayangi dan hormati, yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang yang begitu luar biasa serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Untuk Kakakku Eka Oktaviani yang selalu memberikan semangat, terimakasih atas semua doanya dan nasihat untukku sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
3. Untuk sahabat tercinta dan teman-teman yang saya sayangi. Terimakasih telah menemani dan menyemangati peneliti suka maupun duka dan selalu memberikan motivasi selama melakukan proses yang sangat panjang terimakasih telah berjuang bersama sejauh ini.
4. Almamater kebanggaan IAIN Metro.
Terimakasih peneliti ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam mencurahkan cinta, kasih sayang dan doanya. Terimakasih untuk perjuangan dan pengorbanan kalian semua. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang beruntung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT., berkat rahmat dan karunia-Nya maka peneliti berhasil menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul "**DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK**" (Studi Pada Lintang Art Nambahrejo Kecamatan Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah)" sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Skripsi ini peneliti susun guna diseminarkan dalam sidang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Atas persetujuan Skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Drs. Mat Jalil, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Dharma Setyawan, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro
4. Nizaruddin, S.AG., M.H. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rekan-rekan Jurusan Ekonomin Syariah angkatan 2018 yang telah memberi motivasi dalam menyelesaikan proposal ini.

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, peneliti ucapkan terimakasih semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan jasa-jasa mereka. Amin.

Metro, 17 Juni 2022
Peneliti,



CINDY PUSFITA DESPRIANTI
NPM. 1804041034

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORSINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGATAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerajinan Tangan	11
B. Kreativitas Produk	13

C. Keputusan Konsumen	20
-----------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	33
B. Sumber Data	34
C. Teknik Pengumpulan Data	36
D. Teknik Analisis Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN.

A. Gambaran Umum Lintang Art Nambahrejo.....	40
B. Dampak Kreativitas Produk Kerajinan Tangan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk.....	45
C. Analisis Dampak Kreativitas Produk Kerajinan Tangan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk.....	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAR HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan 6 Tahun Terakhir

Tabel 4.1 Daftar Harga Produk Kerajinan Tangan Lintang Art

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan (SK) Pembimbing
2. Surat Izin Research
3. Surat Tugas
4. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Alat Pengumpul Data (APD)
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Dokumentasi
9. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia menganut sistem perekonomian terbuka dimana perekonomian sangat penting dalam meningkatkan pembangunan nasional. Pembangunan ekonomi merupakan bagian dari pembangunan nasional yang diharapkan dapat menciptakan masyarakat Indonesia menuju masyarakat adil dan makmur yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Salah satu upaya menjaga kelangsungan keberagaman ekonomi masyarakat adalah memaksimalkan kreativitas dan inovasi untuk memproduksi sesuatu yang lebih kekinian yaitu *entrepreneur*, dimana kemampuan yang dimiliki dapat memproduksi bahan dasar menjadi sesuatu yang siap pakai dengan menggunakan teknologi maupun dengan bantuan ketrampilan tenaga manusia.

Semakin berkembangnya suatu bidang usaha tentu saja akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini terjadi pada industri kerajinan yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Setiap perusahaan tentu saja memiliki strategi tersendiri untuk bersaing dengan perusahaan lain dengan cara yang benar. Keunggulan bersaing juga dapat berasal dari beberapa aktivitas seperti aktivitas perusahaan dalam hal merancang, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya.

Ada banyak faktor yang dapat menentukan keunggulan bersaing salah satunya adalah melakukan kreativitas produk. Kreativitas sendiri merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan atau karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan menhadapi peluang. Setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kreativitas di setiap produk yang akan mereka pasarkan.¹

Semakin wirausaha tersebut meningkatkan kreativitas untuk membuat produknya menarik maka konsumen akan lebih mempertimbangkan dan membandingkan produknya dengan tempat lain sehingga akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut.

Menurut Assael (dalam Muanas, 2014 : 26) menyatakan bahwa pengambilan keputusan pembelian adalah proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.²

¹ Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*, Jakarta : Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019, 4

² Yenni Arfah, S.E.,M.Ak, *Keputusan Pembelian Produk*, PT Inovasi Pratama Internasional,2

Keputusan konsumen dalam pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian

Keputusan konsumen dalam pembelian menggambarkan upaya konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen merasakan adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, sehingga mencari informasi produk yang sesuai dengan kebutuhannya, dan memberi penilaian terhadap produk sebelum pembelian. Keputusan pembelian merupakan proses yang mencakup penentuan jenis produk yang akan dibeli didasarkan pada informasi produk dan juga pengalamannya dalam menggunakan produk pasca pembelian.

Konsumen yang tidak puas dapat meninggalkan atau mengembalikan produk, mengambil tindakan publik yaitu mengeluh kepada perusahaan atau instansi pemerintah dan kelompok lain atau mengambil tindakan pribadi seperti tidak membeli produk atau memperingatkan teman-teman mengenai produk tersebut. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa tahapan dari keputusan pembelian ini sangat penting satu sama lainnya sebagai proses kognitif dari konsumen dalam menentukan produk apa yang layak untuk dibeli yang sesuai dengan kebutuhan dari konsumen tersebut.

Kerajinan tangan merupakan salah satu jenis usaha yang sudah ada sejak lama dan masih lestari sampai saat ini. Bahkan dalam perkembangan usaha kerajinan tangan banyak bermunculan jenis produk baru yang lebih inovatif, kreatif dan kualitas yang bagus.

UKM Lintang art yang dimiliki Bapak Rohmad merupakan UKM yang memproduksi kerajinan tangan yang terbuat dari bahan lunak dan bahan keras dengan bentuk yang bervariasi. Salah satu kerajinan tangan yang diproduksi adalah dekorasi pelaminan, selain itu Lintang Art ini juga memproduksi papan bunga, kotak amplop wedding, standing lampu dekor, ornamen ukir, dan logo nama brand. Hasil produk kerajinan tangan Lintang Art ini sudah pernah dipasarkan hingga ke seluruh wilayah Lampung, Pulau Jawa, bahkan sudah sampai ke Hongkong. Semakin banyak konsumen yang tertarik dengan produk yang dihasilkan oleh Lintang Art maka semakin banyak pula pesaing atau UKM yang memproduksinya. Sehingga Lintang Art melakukan kreativitas produk yaitu melakukan pembaruan terhadap produknya.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 pemilik usaha mulai memasarkan produknya dan dapat bersaing dipasaran. Beliau membuka usaha kerajinan tangan tersebut berbekal bakat seni lukis yang dimiliki oleh pemilik usaha dan bekerja di salah satu vendor dekorasi , kemudian pemilik usaha mempelajari dan terjun ke lapangan dengan mencoba memproduksi ukiran untuk dekorasi dari produksi pertama ini ada konsumen yang mulai tertarik. Awal mula usaha ini berjalan, produk yang dihasilkan pertama kali yaitu ornamen ukiran kecil yang terbuat dari bahan spon..³

pada tabel di atas menjelaskan bahwa adanya penurunan penjualan pada tahun 2018 menurut hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha mengatakan penurunan penjualan dikarenakan semangat kreatifitas yang dimiliki pengusaha perlahan berkurang, karena pada saat itu beliau merasa tidak ada yang perlu diperbaharui atau ditingkatkan semuanya dianggap sudah cukup dan juga keterbatasan modal yang dimiliki.

Pada awal tahun 2019 kembali berfikir dan berniat meningkatkan usaha nya kembali. Beliau mulai aktif menciptakan kreativitas produk yang dihasilkan, beliau juga mengikuti seminar dan mengikuti ajang pameran-pameran. Dengan harapan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kembali. Namun demikian dari dari beberapa inovasi produk

³ Rohmad, Pemilik UMKM Kerajinan Tangan Lintang Art, Wawancara, Nambahrejo, 21 Juni 2022

yang dilakukan oleh UKM Lintang art, kreativitas produk tersebut mengalami kenaikan dan penurunan dalam penjualannya.

Dari beberapa produk yang telah ditingkatkan kreativitasnya beberapa produk yang mengalami peningkatan penjualan adalah dekorasi pelaminan, kotak amplop wedding, standing lampu dekor, ornamen ukir, dan logo nama brand.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa kreativitas tidak mengalami peningkatan dalam penjualannya pada kerajinan papan bunga bahkan hampir tidak diproduksi lagi.⁴ Hal ini disebabkan karena dari segi kreativitas sudah ditingkatkan, namun beliau tidak meningkatkan kualitas dari bahan baku yang dipakai. Faktor lain yaitu dari segi pengenalan masalah, konsumen dari Lintang Art ini merupakan pemilik Wedding Organizer dimana papan bunga bukan merupakan kebutuhan pokok dalam usaha mereka.

Berdasarkan seluruh uraian diatas, peneliti bermaksud mengkaji dan mempertimbangkan lebih jauh tentang pentingnya dampak kreativitas terhadap keputusan konsumen pada Lintang Art Nambahrejo. Dalam hal ini peneliti akan melakukan studi kasus melalui penerapan metode penelitian kualitatif. Oleh karena itu, peneliti menyusun skripsi penelitian yang berjudul “DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK.”

⁴ Rohmad, Pemilik UMKM Kerajinan Tangan Lintang Art, Wawancara, Nambahrejo, 21 Juni 2022

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka muncul suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana kontribusi kreativitas pada industri kerajinan tangan di Lintang Art dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memaparkan pengaruh kreativitas produk kerajinan tangan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Sebagai upaya memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang hukum Islam terutama terkait masalah pengaruh kreativitas produk kerajinan spon terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di Lintang Art Nambahrejo Kecamatan Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah.

b. Secara Praktis

Diharapkan dapat berguna untuk masyarakat sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui pengaruh kreativitas produk kerajinan spon terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di Lintang Art Nambahrejo Kecamatan Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah.

D. Penelitian Relevan

Kegiatan dalam penelitian, merupakan kegiatan yang ditekuni oleh kalangan cendekiawan, para pemikir, Mahasiswa, meminati penelitian secara mendalam. Hasil kegiatan penelitian, telah banyak dipublikasikan baik itu di internet maupun lewat buku-buku yang diterbitkan. Ataupun melalui peneliti skripsi sehingga hasil penelitian yang dilakukan mahasiswa benar-benar telah dilakukan. Sehingga pada saat penelitian, perlu mencari perbedaan antara penelitian satu dengan yang lainnya. Oleh karna itu, peneliti berupaya mengungkapkan perbedaan antara penelitian sebelumnya, dengan penelitian peneliti yang akan dikaji sekarang ini.

Berikut disajikan beberapa kutipan hasil penelitian yang sebelumnya di antaranya:

1. Penelitian Rika Devi Kurniasari, Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus : Produk Kerajinan Eceng Gondok “AKAR”) Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan dalam bersaing.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rika Devi Kurniasari diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa variable inovasi produk diperoleh nilai t hitung sebesar 6,404 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,416, Variabel kreativitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 4,658 dengan koefisien regresi

mempunyai nilai positif sebesar 0,305. Variabel kualitas produk memperoleh nilai hitung t sebesar 5,863 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,343. Dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 73,094 dengan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.⁵

Berdasarkan penelitian tersebut, tentu terdapat adanya perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang peningkatan penjualan. Adapun perbedaannya, pada penelitian tersebut merupakan penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif lapangan. Objek dalam penelitian juga berbeda. Perbedaan yang lain terletak fokus bahasan dalam penelitian ini hanya tentang pengaruh dari kreativitas.

2. Penelitian Leonardo Budi Hasiolan, tentang Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City dapat dari ketiga variabel bebas yaitu produk, harga dan promosi yang mempunyai pengaruh paling tinggi yaitu variabel harga sebesar 38,7% dalam memprediksi keputusan pembelian. Meningkatnya harga rumah maka keputusan pembelian juga akan

⁵ Rika Devi Kurniasari, "Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Penelitian pada Produk Kerajinan Eceng Gondok Akar)", Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2018.

meningkat, karena jumlah pembeli lebih banyak dibandingkan jumlah rumah yang disediakan.⁶

Berdasarkan penelitian tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang Keputusan konsumen Adapun perbedaannya, pada penelitian tersebut terdapat tiga variabel bebas yaitu pengaruh produk, harga, dan promosi sedangkan pada penelitian ini hanya 1 variabel bebas yaitu kreativitas. Perbedaan yang lain yaitu penelitian tersebut bersifat kuantitatif.

3. Penelitian Tri Susanti, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Metro, Tahun 2012 dengan judul “Pengaruh Kreativitas Terhadap Kesuksesan Usaha Pada UKM Kerupuk Di Desa Purwodadi”. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kreativitas berpengaruh terhadap kesuksesan usaha, sehingga meningkatkan omzet dan penjualan pada UKM Kerupuk Di Desa Purwodadi.⁷

Terdapat kesamaan antara penelitian ini yakni terfokus pada kreatifitas yang dilakukan. Kemudian perbedaannya terdapat pada, lokasi, objek yang dikaji dan narasumber.

⁶ Leonardo Budi Hasiolan , “Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah Pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City (Penelitian Pada Perumahan Bukit Semarang (BSB) City)”, Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang tahun 2014.

⁷ Tri Susanti , “Pengaruh Kreativitas Terhadap Kesuksesan Usaha Pada UKM Kerupuk Di Desa Purwodadi”, Skripsi: Fakultas Ekonomi Institut Agama Islam Negeri Mtero 2012

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerajinan Tangan

1. Pengertian Kerajinan Tangan

Menurut KBBI kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui ketrampilan tangan (seperti anyaman, tikar, dll) barang-barang sederhana, biasanya mengandung unsur seni, dapat pula didefinisikan sebagai usaha kecil-kecilan yang dikerjakan dirumah. Sementara itu, kerajinan tangan adalah kegiatan membuat barang-barang, sederhana dengan menggunakan tangan.¹

Kerajinan merupakan kegiatan yang menitikberatkan pada ketrampilan tangan untuk mengolah bahan baku yang ditemukan di lingkungan sekitar menjadi benda-benda yang bernilai fungsi, tetapi memiliki nilai estetis.²

Kerajinan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dengan penuh semangat ketekunan, kecekatan, kegigihan, berdedikasi tinggi dan berdaya maju yang luas dalam melakukan suatu karya. Dari kesimpulan diatas dapat disimpulkan bahwa kerajinan (*craft*) adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan pembuatan tangan atau kegiatan tangan yang dilakukan secara terus-

¹ Departemen pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-4 (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014)

² Marwiyah, Arfatul, Zulkifli, Sugito, dan Muslim, "Analisis Estetis Karya Kerajinan Kain Perca Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Beringin Kabupaten Deli Serdang" *Jurnal Seni Rupa*, Vol. 07, No. 2, 2018

menerus dengan ketekunan dan kegigihan untuk menghasilkan suatu karya yang dapat mempunyai nilai fungsi dan nilai estetis.

Kerajinan tangan (*handycraft*) adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui ketrampilan tangan,³

Kerajinan merupakan hal yang memiliki nilai sebagai kreativitas alternative dari suatu barang yang dihasilkan melalui ketrampilan tangan. Barang kerajinan dan unsur seni seringkali dikaitkan yang kemudian disebut sebagai seni kerajinan..Di beberapa wilayah di Indonesia terdapat kelompok-kelompok pengrajin sebagai home industry yang berkembang. Hal ini merupakan bagian dari ekonomi kerakyatan yang oleh pemerintah digolongkan pada usaha kecil menengah (UKM). UKM dianggap sebagai tolak ukur dalam pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan ketrampilan berbasis lokal.⁴

Kerajinan dapat disebut sebagai hobi atau pekerjaan yang membutuhkan kemampuan dan pengetahuan tertentu untuk menciptakan karya secara tertentu. Tentu saja kerajinan tangan ini merupakan sebuah kegiatan yang dapat menghasilkan karya baik itu produk atau barang yang dilakukan oleh tangan dan memiliki nilai fungsi pakai atau keindahan sehingga dapat memiliki nilai jual.

³ Yesi Gusmania dan Fitrah Amelia, "Pendampingan pembuatan Kerajinan Tangan dan Kain Flanel untuk Menunjang Perekonomian Keluarga sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM) Masyarakat di Kelurahan Sri Langka" *Minda Baharu* 3, No.1, 59-65

⁴ Muhammad Ilham Ridwan dkk, *Diferensiasi Kulit Pelepah Rumbia Sebagai Leko Multifungsi*, Bandung : CV Media Sains Indonesia, 2021, 9.

Saat ini banyak muncul sentra seni kerajinan tangan disebabkan karena adanya *market* yang meminta tersedianya barang-barang kerajinan. Dengan demikian, seni kerajinan akan tumbuh subur apabila terjadi interaksi antara seni kerajinan dengan pasar dapat berjalan beriringan dan seimbang.⁵ Dengan strategi dan membaca peluang yang tepat bisnis kerajinan tangan merupakan suatu hal yang menjajikan untuk ditekuni.

B. Kreativitas Produk

1. Pengertian Kreativitas

Menurut Mc. Person dalam Hubeis menyatakan kreativitas yaitu menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berpikir secara lebih bebas dan membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan yang mengejutkan dalam menghasilkan hal yang bermanfaat.⁶

Menurut Cony Semiawan kreativitas diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru yang dimaksud tidak seluruhnya baru, namun hanya bagian-bagian produk saja. Contohnya pencipta sepatu roda yang merupakan gabungan dari sepatu dengan roda.⁷

Kreativitas merupakan inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas

⁵ Muhammad Ilham Ridwan dkk, *Diferensiasi Kulit Pelepah Rumbia Sebagai Leko Multifungsi*, Bandung : CV Media Sains Indonesia, 2021, 10

⁶ Suryana Yuyus dan Bayu Kartib, *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta : Kencana Media Group, 2010, 210.

⁷ Ibid, 204

yang lebih bersifat heuristic. Yaitu sebuah pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan mengarahkan kita untuk dapat mengerti, mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru.

8

Menurut ROE dalam Frinces (2004), adapun syarat-syarat yang dimiliki orang kreatif yaitu :

- a. Keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*)
- b. Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (*Observanceseeing things in unusual way*)
- c. Toleransi terhadap ambiguitas
- d. Kemandirian dalam penilaian, pikiran maupun tindakan.
- e. Kepercayaan terhadap diri sendiri
- f. Tidakdalam pengawasan kelompok
- g. Ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan.⁹

Kreativitas artinya kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, yaitu dengan mengkombinasikan sesuatu yang sudah ada. Kreatif berarti berani untuk mengambil resiko, yaitu berani mencoba hal baru yang belum pernah dilakukan dan hasil yang belum jelas. Kreativitas harus mempertimbangkan segala resiko dan konsekuensi dengan cermat.

⁸ Ridwan Basalamah dan Ahmad Erwaedy, *Manajemen Inovasi dalam Bisnis*, Kepanjen : AE Publishing, 2019, 9

⁹ ibid, 10

2. Pentingnya Kreativitas

Salah satu kemampuan yang harus dimiliki seorang *entrepreneur* adalah kreativitas. Seorang wirausahawan memerlukan kreativitas karena:

- a. Keberhasilan dalam bersaing dapat diperoleh dengan mengembangkan daya kreatif.
- b. Kreativitas adalah sebuah sumber yang berharga dan harus dipelihara.
- c. Tantangan baru yang selalu muncul dan harus dihadapi dengan kreativitas baru
- d. Kreativitas memiliki keunikan yang tinggi, karena tidak dapat diramalkan kapan datang dan perginya.¹⁰

Seorang *entrepreneur* harus selalu belajar mengembangkan peluang. Salah satu kemampuan yang harus dimiliki seorang *entrepreneur* yaitu kreatif dan inovatif, sehingga mampu melihat peluang. Kreativitas merupakan suatu kunci kesuksesan sebuah bisnis untuk memenangkan persaingan pasar. Produk baru yang berbeda tentu saja akan menjadi nilai lebih.

Setelah memahami pengertian kreativitas, maka selanjutnya yaitu karakteristik orang-orang kreatif. Adapun ciri-ciri kreativitas individu menurut Guilford, yaitu:

¹⁰ Barowi, *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2006), 39

- a. Kelancaran berpikir, artinya mampu mengeluarkan banyak ide dari pemikiran dengan cepat
- b. Keluwesan berpikir, artinya dapat melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda, dapat mencari alternatif yang berbeda dan dapat terus memperbarui cara berpikirnya.
- c. Elaborasi, artinya kemampuan mengembangkan gagasan, nmemperinci detail-detail dari suatu objek agar lebih menarik.
- d. Originalitas, yaitu mampu mencetuskan gagasan yang unik dan asli.¹¹

Pada dasarnya manusia memiliki karakter kepribadian seperti diatas. Beragamnya kepribadian menandakan beragam pula kepribadian orang kreatif atau yang memiliki potensi kreatif. Orang kreatif memiliki kepribadian positif dan juga negatif.

3. Kreativitas dalam Berwirausaha

Menurut Zimmerer, kreativitas tidak hanya untuk menciptakan keunggulan kompetitif namun penting juga untuk kesinambungan perusahaan. Dapat dikatakan untuk menghadapi tantangan global diperlukan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan berjiwa kewirausahaan.

Enterpreneur yaitu orang yang memiliki kreativitas bisnis baru dan berani mengambil resiko untuk mencari laba dan pertumbuhan

¹¹ Meithiana Indrasari, *Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan : Tinjauan dari Dimensi iklim Organisasi, Kreativitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan*, Sidoarjo, : Indomedia Pustaka, 2017, 24

usaha berdasarkan identifikasi peluang dan mampu mendayagunakan serta memodali peluang ini.¹²

Thomas Zimmerer merumuskan kiat sukses berwirausaha sebagai upaya merangsang kreativitas seorang wirausahawan yaitu :

a. Kreativitas sebagai nilai inti perusahaan

Wirausahawan bertanggung jawab menciptakan nuansa kreatif dalam perusahaan. Wirausahawan harus memasukkan kreativitas ke dalam misi perusahaan dan memperlihatkan komitmen atas kreativitas dalam berbagai komunikasi internal

b. Merangkul Keragaman

Karyawan dari bermaam latar belakang, pengalaman, budaya, hobi dan minat adalah bahan baku yang diperlukan perusahaan untuk menciptakan kreativitas

c. Mengharapkan Kreativitas

Cara mengkomunikasikan pengharapan kreativitas dengan melibatkan karyawan menjadi kreatif dalam kegiatan bisnis.

d. Ide-ide kreatif

Ide kreatif akan menghasilkan kegagalan maupun kesuksesan. Kreativitas membutuhkan keberanian mengambil peluang, seorang wirausahawan juga harus menghilangkan rasa

¹² Suryana Yuyus dan Bayu Kartib, *Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta : Kencana Media Group, 2010, 26

takut gagal para karyawan. Karena orang tidak akan kreatif dan sukses apabila belum menemui kegagalan.

e. Rasa ingin tahu

Wirausahawan dan karyawan harus selalu memiliki rasa ingin tahu untuk mendorong asumsi-asumsi yang membatasi kreativitas.

f. Lingkungan fisik tempat seseorang bekerja mampu mempengaruhi lingkungan kreativitasnya.

g. Seorang wirausahawan harus memandang masalah yang dihadapi dalam usahanya sebagai tantangan untuk menuju sukses

h. Setiap orang memiliki kapasitas untuk menjadi kreatif namun perlu juga diadakan pelatihan.

i. Seorang wirausahawan harus memberikan alat dan sumberdaya yang diperlukan oleh karyawan.¹³

Salah satu keberhasilan dalam menjalankan usaha adalah mampu meningkatkan kreativitas. Memahami kreativitas akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modal atau perangkat tentang kewirausahaan. Salah satu keberhasilan dari menjalankan usaha adalah mampu meningkatkan kreativitas. Usaha yang diimbangi kreativitas tentu saja tidak akan menimbulkan kesan monoton.

¹³ Muhammad Dinar, M Ihsan Said Ahmad dan Muhammad Hasan, *Kewirausahaan*, Bandung : Media Sains Indonesia, 2020, 62

4. Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

1. Faktor Internal

Kondisi internal yang memunculkan timbulnya proses kreatif yaitu keterbukaan pada pengalaman dan rangsangan. Keterbukaan terhadap pengalaman yaitu mampu menerima sumber informasi dari pengalaman hidup. *Kedua*, evaluasi internal yaitu penilaian terhadap produk karya seseorang. *Ketiga*, mampu bermain dan bereksplorasi dengan sebuah konsep. *Keempat*, spiritualitas juga mempengaruhi kreativitas seseorang.¹⁴

Seorang individu mempunyai kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkreativitas, mewujudkan dan mengungkapkan semua yang dimiliki.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal juga mampu mendukung tumbuhnya kreativitas. Beberapa hal yang membantu seseorang untuk berfikir kreatif yaitu : *pertama*, rasa ingin tahu sehingga mendorong seseorang mencari informasi, menyelidiki masalah dan mencari solusi. *Kedua*, mengolah keterbukaan, tentu ini akan memunculkan penemuan baru. *Ketiga*, berani menanggung resiko, jiwa kreatif akan muncul jika kita mencoba dan tidak takut gagal. *Keempat*, bersedia berinteraksi dengan orang kreatif.¹⁵

¹⁴ Sepma Pulthinka Nur Hanip dan Fahrudin, "Pimplementasi Pendekatan 4p Dalam Pembelajaran Pendidikan Islam Kreatif," jurnal kajian dan penelitian pendidikan islam, vol. 14 No. 2 (Desember 2020), 128

¹⁵ Ibid, 128

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kreativitas individu yaitu lingkungan, lingkungan dalam arti luas yaitu masyarakat dan kebudayaan.

C. Keputusan Konsumen

1. Pengertian Keputusan Konsumen

Menurut Kotler Keputusan yaitu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, penilaian sebagai alternatif dan membuat sebuah keputusan untuk membeli dan perilaku setelah membeli oleh konsumen.¹⁶

Keputusan yaitu proses penelusuran masalah yang bermula dari latar belakang masalah, identifikasi masalah sampai kesimpulan atau rekomendasi. Selanjutnya rekomendasi ini sering digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan.¹⁷

Pengambilan keputusan menurut George R.Terry yaitu pemilihan alternatif perilaku dari dua atau lebih alternatif yang ada.

Menurut Wang dan Ruhe pengambilan keputusan adalah proses memilih pilihan yang lebih disukai atau tindakan dari sebuah alternatif atas dasar kriteria..¹⁸

Berdasarkan pendapat diatas, keputusan pembelian konsumen yaitu sebuah proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau

¹⁶ Kuart Supriyono, Leonardo Budi Hasiolan, dan Moh Mukery Warso, "Pengaruh Produk Harga dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah pada Perumahan Bukit Semarang Baru (BSB) City di Semarang (Penelitian pada Perumahan Bukit Semarang Baru BSB City)", Skripsi : Ekonomi Manajemen Universitas Pandanaran Semarang, 5

¹⁷ Irham Fahmi, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung : Alfabeta, 2014, 163

¹⁸ Agustinus Johannes Djohan, *Manajemen dan Strategi Pembelian*, Malang : Media Nusa Creative, 2016, 45

jasa, seringkali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam pengambilan keputusan.

2. Dasar Pengambilan Keputusan

Dasar-dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan seperti: emosional, intuisi, pengalaman, wewenang, dan fakta. Dalam praktiknya cukup banyak seseorang melakukan pembelian berdasarkan emosional, seperti : senang dengan penjual, kemasan menarik, dan tertarik dengan rayuan penjual.

Keputusan berdasarkan intuisi, pengalaman, dan fakta lebih baik jika dibandingkan emosional semata. Pengambilan keputusan pembelian harus rasionalitas karena sifatnya objektif, logis, transparan, koheren, dan konsisten agar keputusan tersebut dapat dipertanggung jawabkan.¹⁹

3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian

Pada saat berbelanja, tanpa disadari melalui beberapa pertimbangan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk. Menurut Kotler perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri konsumen.

Adapun hal yang termasuk pada faktor internal adalah sebagai berikut

:

¹⁹ Ibid, 45

1) Motivasi

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motif manusia dalam melakukan pembelian dibedakan menjadi:

a) Motif pembelian primer dan selektif.

Motif pembelian primer adalah perilaku pembelian terhadap kategori produk umum seperti televisi dan pakaian. Motif pembelian selektif adalah motif yang mempengaruhi keputusan tentang model dan merk dari kelas-kelas produk. Contoh dalam membeli televisi, konsumen akan mempertimbangkan pembelian merk A atau merk B.

b) Motif rasional dan emosional.

Motif rasional adalah motif yang didasarkan pada kenyataan seperti yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen. 16 Faktor tersebut seperti faktor penawaran, harga dan permintaan. Motif emosional adalah motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan dan emosi individu seperti kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, kepraktisan dll

Motivasi merupakan dorongan yang membuat seseorang untuk mencapai suatu kepuasan atas kebutuhan. Kebutuhan tersebut salah satunya adalah kebutuhan biologis yaitu rasa lapar, haus dan ketidaknyamanan. Kebutuhan lainnya adalah kebutuhan

psikologis yaitu kebutuhan akan penghargaan, pengakuan atau rasa memiliki.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran. Pengamatan atau persepsi merupakan proses yang terbentuk dari hubungan kegiatan panca indera (melihat, mendengar, mencium, merasakan) terhadap suatu kejadian yang diproyeksikan oleh individu tersebut menjadi suatu penggambaran tertentu. Proses pengamatan meliputi seluruh variabel pemasaran. Konsumen mempunyai persepsi produk seperti kualitas, bentuk, dan kreativitas, persepsi harga, persepsi periklanan dan persepsi penjualan.

3) Pembelajaran

Belajar didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai akibat adanya pengalaman. Hasil belajar akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan-rangsangan dan mempunyai tujuan tertentu. Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan proses belajar, di mana hal ini sebagian dari hidup konsumen. Proses belajar terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, dalam pembelian konsumen selalu mempelajari sesuatu dari barang yang telah dibeli.

Pembelajaran merupakan perubahan tingkah laku seseorang yang timbul dari pengalaman. Seseorang cenderung akan menggunakan kembali suatu produk atau jasa sesuai dengan pengalaman mereka sebelumnya. Pembelajaran terjadi melalui interaksi dorongan, pertanda, respon dan penguatan

4) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara bertingkah laku. Pola sifat individu terdiri dari 19 banyak unsur yang membentuk kepribadian. Tiga unsur pokok yang mempengaruhi kepribadian individu adalah pengetahuan, perasaan dan dorongan naluri. Sedangkan konsep diri menjadi pendekatan yang dilakukan untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri (image diri) konsumen dengan image merk, image penjual atau tujuan pengiklanan.

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama. Kepribadian biasanya digambarkan dalam karakteristik perilaku seperti kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, otonomi, cara mempertahankan diri, kemampuan beradaptasi dan sifat agresif. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk pemilihan produk atau merk tertentu

5) Sikap

Sikap merupakan keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif maupun sikap negatif terhadap produk tertentu. Keadaan jiwa dipengaruhi oleh tradisi, kebudayaan dan lingkungan. Sedangkan keadaan pikir dipengaruhi tingkat pendidikan.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri konsumen. Adapun hal yang termasuk dalam faktor eksternal yaitu sebagai berikut:

1) Faktor Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling dominan. Faktor budaya mempunyai pengaruh cukup besar dan luas. Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting dalam perilaku pembelian.²⁰

Faktor budaya ini memiliki pengaruh sebagai kebutuhan untuk menentukan perilaku apa saja yang dapat diterima secara luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen di dalam pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan serta perilaku paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, serta perilaku dari lembaga lainnya.

²⁰ Lati Sari Dewi, *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, Jawa timur: Global Aksara Pers, 2021,36

2) Kelompok Acuan / Faktor sosial

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut²¹

Jadi kelompok acuan/sosial ini berperan sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.

a) Keluarga

Keluarga biasanya menjadi sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orang tua saat melihat orang tua mendatangkan manfaat atau keuntungan.²²

Jadi, anggota keluarga dapat mempengaruhi dengan kuat terhadap perilaku membeli. Ketika keluarga akan membeli suatu barang biasanya tiap anggota keluarga memainkan peran yaitu initiator, influencer, dan pembeli.

b) Pekerjaan

Pekerjaan individu tentu ikut mempengaruhi perilaku pembelian individu. Penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian.

²¹ ibid ,36

²² ibid,37

c) Gaya Hidup

Gaya hidup yaitu pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup memiliki pengaruh terhadap pola tindakan dan perilaku individu.²³

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya setiap terjadi peningkatan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

4. Proses Keputusan Pembelian

Menurut keputusan pembelian, konsumen dapat dikelompokkan menjadi konsumen akhir (individual) yang terdiri dari individu dan rumah tangga yang dengan tujuan memenuhi kebutuhan sendiri atau konsumsi, kelompok selanjutnya adalah konsumen organisasional yang terdiri dari organisasi, pemakai industry pedagang dan lembaga *non-profit* dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan anggota.

Tipe proses pembelian dalam pembelian dapat dikelompokkan menjadi :

- a. *Complex Decision Making*, terjadi jika keterlibatan tinggi pada pengambilan keputusan yang terjadi. Seperti contoh : konsumen mencari informasi guna mengevaluasi dan mempertimbangkan dari beberapa merek dengan menetapkan kriteria.

²³ *ibid*,37

- b. *Brand Loyalti*, biasanya dalam pengambilan keputusan konsumen belajar dari masalah dan membeli dengan merek yang memberi kepuasan dengan sedikit pertimbangan atau bahkan tidak ada proses pertimbangan dalam pengambilan keputusan.²⁴

Saat berbelanja tanpa disadari melalui beberapa pertimbangan sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Memahami faktor ini dapat membantu mengembangkan strategi untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan

5. Struktur Keputusan Membeli

Ada 8 jenis keputusan membeli yang dapat mempengaruhi konsumen dalam setiap pengambilan keputusan.

- a. Keputusan tentang jenis produk

Dalam keputusan pembelian, harus memperhatikan mana kebutuhan yang didahulukan dan dikondisikan dengan uang kita. Kita juga lihat dari harga, merek, kualitas, dll

- b. Keputusan tentang karakteristik produk

Keputusan konsumen tentang ukuran, mutu dan lain-lain. Misalnya handphone, maka pemasar melakukan riset untuk mengetahui kesukaan konsumen.

- c. Keputusan tentang merek

²⁴ Nora Anisa Br Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen ; Strategi dan Teori*, Deli Serdang : IOCS Publisher 2018), 4

Perusahaan harus mengetahui bagaimana seorang konsumen memilih produk, misalnya beberapa orang memilih handphone dengan merek *samsung*. Kondisi berikut yang dapat mendorong keputusan penetapan merek.

- 1) Jika menggunakan merek atau tanda maka produk akan mudah dikenali
 - 2) Mempunyai persepsi nilai tinggi untuk harga
 - 3) Kualitas dan standar mudah dipertahankan
 - 4) Permintaan atas kelas produk umum cukup besar sehingga mendukung rantai regional, nasional ataupun internasional
 - 5) Terdapat skala ekonomi
- d. Keputusan tentang penjualan

Konsumen akan memutuskan dimana akan membeli dengan mempertimbangkan harga dan juga pelayanan. Apabila target bisnis diperlebar maka tentu saja dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan yang signifikan.

- e. Keputusan tentang jumlah produk

Konsumen memutuskan jumlah produk yang akan dibeli, setiap pembeli mempunyai keinginan yang berbeda dalam melakukan pembelian. Maka dari itu perusahaan harus mempertimbangkan banyak produk banyaknya produk yang tersedia.

f. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen bisa memutuskan kapan saja harus membeli, maka perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen

g. Keputusan tentang cara pembayaran

Konsumen bisa memutuskan mode pembelian yang disukai, dan perusahaan harus mengetahui yang dapat mempengaruhi penawaran pembayaran (contoh : diskon untuk tunai, bunga rendah, dll)

h. Keputusan tentang pelayanan

Yang menjadi pembeda dari pemasar yaitu konsistensinya dalam menyampaikan mutu pelayanan yang lebih tinggi²⁵

Penting bagi perusahaan untuk menyusun struktur keputusan pembelian secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembeliannya. Dalam suatu pembelian barang, keputusan yang harus diambil tidak selalu berurutan sesuai struktur diatas.

6. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan

a. Pengenalan kebutuhan / masalah

Biasanya pemasar produk akan meneliti tentang apa yang dibutuhkan, dan mengapa seseorang membutuhkannya. Pemasar tentu akan membuat konsumen tertarik. Secara sederhana sebelum

²⁵ Anang Firmansyah, *Sikap dan Pemasaran*, Yogyakarta : Deepublish, 2018 , 37

pembelian terjadi, pelanggan harus mempunyai alasan untuk berpikir apa yang mereka mau, atau apa yang mereka cita-citakan.²⁶

b. Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhan maka akan terdorong mencari informasi yang lebih banyak dari beberapa sumber. Tahap ini dapat menjadi perhatian pemasar yaitu bagaimana cara agar pemasar dapat mengidentifikasi sumber utama dari informasi yang didapat oleh konsumen dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.²⁷

c. Pencarian Alternatif

Pada tahap ini, pelanggan memastikan bahwa telah melakukan pencarian informasi. Meskipun mereka telah yakin akan apa yang dibeli mereka tetap ingin membandingkan opsi lain.

- 1) Sifat-sifat produk, ciri khas suatu produk dan perhatian konsumen
- 2) Pentingnya ciri-ciri produk
- 3) Kepercayaan konsumen pada merk yang menonjol
- 4) Fungsi kemanfaatan, kepuasan dari suatu produk.²⁸

²⁶ Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Deepublish Publisher, 2019, 18

²⁷ Nora Anisa Br Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen ; Strategi dan Teori*, Deli Serdang : IOCS Publisher 2018) 6

²⁸ Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Deepublish Publisher, 2019, 18

d. Mengambil Keputusan

Konsumen akan mengambil keputusan melalui evaluasi dan pertimbangan yang matang. Sikap orang lain dan faktor situasional yang tidak dapat diprediksikan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan membeli dan tujuan membeli.

e. Evaluasi Paska Pembelian

Konsumen akan mengevaluasi keputusan dan tindakannya dalam membeli. Apabila kinerja produk dinilai sama bahkan melebihi yang diharapkan maka akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen tersebut, begitupun sebaliknya.²⁹

Proses pengambilan keputusan konsumen melibatkan konsumen untuk mengidentifikasi kebutuhan mereka, mengumpulkan informasi, mengevaluasi alternatif dan kemudian membuat keputusan pembelian mereka.

²⁹ Nora Anisa Br Sinulingga, Hengki Tamando Sihotang, *Perilaku Konsumen ; Strategi dan Teori*, Deli Serdang : IOCS Publisher), 7

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian Lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat secara umum maupun khusus, yaitu hanya salah satu kelompok yang menjadi sasaran penelitiannya.³⁷

Penelitian ini dilaksanakan di Lintang Art Nambahrejo, Kecamatan Kotagajah, Kabupaten Lampung Tengah.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2005) penelitian kualitatif artinya penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan beberapa metode alamiah.

Tujuan penelitian kualitatif yaitu menjelaskan suatu fenomena dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya.³⁸

³⁷ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung : Pustaka Setia, 2015), 55

³⁸ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya : Media Sahabat Cendekia, 75.

Maka disini peneliti beraksud untuk mendeskripsikan pengaruh kreativitas produk kerajinan spon terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk.

B. Sumber Data

Data merupakan bahan baku informasi yang memberikan gambaran spesifik tentang obyek penelitian, data dikumpulkan untuk memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian .

1. Sumber Data Primer

Data primer diperoleh dan atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya, data primer bersifat asli dan *up to date*. Untuk mendapatkan data primer peneliti mengumpulkan secara langsung dengan menggunakan teknik yaitu observasi, wawancara, diskusi atau penyebaran kuesioner.³⁹

Sumber data primer berasal dari informan atau sumber pertama di lapangan. Yang diambil dari hasil wawancara dan dokumentasi, informan memberikan informasi mengenai dampak kreativitas produk kerajinan spon terhadap keputusan konsumen dalam memilih pembelian produk dengan wawancara kepada pemilik UMKM Lintang Art yaitu Bapak Rohmad, bapak Wawan , bapak Andri, dan 5 orang konsumen dengan daftar pertanyaan seperti asal mula usaha ini berjalan, alasan konsumen memilih produk di Lintang Art, dan lain-lain.

³⁹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*,(Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), 68

Teknik pengambilan data dalam menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu seleksi khusus atau pertimbangan tertentu dalam penentuan sampel.⁴⁰ Pemilihan subjek didasarkan atas ciri-ciri tertentu dan diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.⁴¹ Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah bapak Rohmad sebagai pemilik usaha Kerajinan Tangan Lintang Art Kotagajah, 2 karyawan dan 5 konsumen/pelanggan dari jumlah konsumen/pelanggan yang tidak menentu setiap harinya, dengan kriteria konsumen/pelanggan tersebut yaitu konsumen tetap, konsumen potensial atau pelanggan yang memiliki ketertarikan terhadap produk dan berpotensi menjadi konsumen loyal.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan dan atau diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang ada,⁴² Sumber data sekunder terdapat di dalam pustaka-pustaka⁴³.

Dari pengertian tersebut sumber data dalam penelitian ini diambil dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, laporan dan lain-lain yang berkaitan dan relevan dengan penelitian pada skripsi ini. Seperti : Nora Anisa Br Sinulingga dan Hengki Tamando Sihotang, (Perilaku Konsumen Strategi dan Teori), Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyadi, (Manajemen

⁴⁰Ibid, 66

⁴¹ Mamik, *Metodologi Kualitatif*, (Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2014), 53

⁴² Sandu Siyoto dan Ali Sodik, 68

⁴³ S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: RinekaCipta, 2010), 9

Pemasaran), Agustinus Johanes Djohan, (Manajemen dan Strategi Pembelian)

C. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan penelitian deskriptif kualitatif, maka dalam proses menghimpun data peneliti menggunakan alat pengumpul data berupa wawancara dan dokumentasi yang dilakukan langsung oleh peneliti.

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu tehnik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara adalah kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai dengan komunikasi secara langsung. Adapun wawancara merupakan percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.⁴⁴

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengetahui permasalahan yang diteliti dan hal-hal yang mendalam dari responden, dengan ini peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.⁴⁵

⁴⁴ Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017), 372

⁴⁵ Beni Ahmad Saebani dan Kadar Nurjaman. *Manajemen Penelitian*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2013), 85

Wawancara terbagi menjadi 3 macam, yaitu : wawancara terstruktur (*Structured Interview*), wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*), wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*). Maksudnya yaitu pihak yang diwawancara diminta pendapat dan idenya dalam menemukan masalah yang lebih terbuka. Dan peneliti harus mendengarkan secara teliti dan mencatat yang dikemukakan oleh informan.⁴⁶

2. Dokumentasi

Selain wawancara, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi. Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari catatan atau dokumen, yang berupa data, angka-angka, gambar ataupun foto yang dipercaya kebenarannya.⁴⁷

Berdasarkan penuturan Suharsimi Arikunto teknik pengumpulan data berupa dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.⁴⁸

Berdasarkan pengertian tersebut, maka peneliti menyimpulkan teknik dokumentasi digunakan untuk mencari data berupa catatan hasil wawancara untuk memperoleh data tentang pengaruh kreativitas terhadap keputusan konsumen di Lintang Art Nambah Rejo Kecamatan Kotagajah.

⁴⁶ *Ibid*, 86

⁴⁷ Didin Fatihudin, *Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, (Sidoarjo : Zifatama Publisher, 2014), 129

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 201

D. Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data menjadi suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data. Analisis data kualitatif berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan objeknya.⁴⁹ Adapun proses analisis data dalam penelitian ini, antara lain :

a) Pengumpulan data

Peneliti melakukan pengumpulan data-data yang dibutuhkan melalui wawancara dan dokumentasi

b) Pengkategorian

Menggolongkan data menurut jenis dan penggunaannya.

c) Mereduksi data

Memilih hal-hal pokok, meresume, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari pola dan membuang yang tidak dibutuhkan. Dengan demikian data tersebut akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

d) Penyajian data

Setelah data di reduksi, selanjutnya yaitu menyajikan data, jika dalam penelitian kualitatif penyajian data ini disajikan dalam bentuk table, grafik, dan sejenisnya. Melalui penyajian tersebut, maka data

⁴⁹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta, : Literasi Media Publishing, 2015,) 120

terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami.⁵⁰

Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yang dilakukan dengan cara menguraikan atau merinci kalimat-kalimat agar dapat ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan.

Dalam hal ini peneliti menggunakan cara berfikir induktif mengenai “dampak kreativitas terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk” berdasarkan data-data yang di peroleh dari Lintang Art Nambahrejo, Kecamatan Kotagajah.

⁵⁰ Umar Sidiq, Miftachul Choiri dan Anwar Mujahidin, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo:CV Nata Karya, 2019), 39

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lintang Art Desa Nambahrejo

1. Sejarah Usaha Kerajinan Tangan Lintang Art Nambahrejo

UKM Lintang Art terletak di Kampung Nambahrejo Kecamatan Kotagajah. Untuk lokasi usaha ini terbilang kurang strategis karena tidak berada di pinggir jalan raya melainkan di sebuah perkampungan dan tidak terletak di jalan utama.

Nama usaha : Lintang Art

Alamat : Kampung Nambahrejo, Kecamatan Kotagajah
Kabupaten Lampung Tengah

Pemilik Usaha : Bapak Rohmad

UKM (Usaha Kecil Menengah) yang dimiliki oleh bapak Rohmad ini sudah berdiri sejak agustus 2016, sudah berjalan kurang lebih 6 tahun. Pada awal mula usaha tersebut berjalan dilakukan dengan produksi skala kecil yang dikerjakan oleh Bapak Rohmad dengan didampingi istrinya. Pada awal mula produksi Lintang Art ini menghasilkan ornamen ukiran sederhana yang terbuat dari spon (busa). Seiring berjalan waktu usaha yang Bapak Rohmad geluti ini semakin diminati oleh konsumen.

Seiring dengan perkembangan usaha ini, pada tahun 2019 produk yang diminati konsumen semakin meningkat. Perkembangan usaha ini juga ditunjang dengan keaktifan pemilik usaha untuk terus belajar

menciptakan inovasi dan kreativitas produk yang dihasilkan. Beliau juga sering mengikuti ajang pameran-pameran. Produk kerajinan tangan milik Bapak Rohmad tersebut saat ini telah dipasarkan hampir ke seluruh wilayah Lampung, Jogja hingga ke mancanegara yaitu Hongkong. Dan untuk konsumen yang membeli produk pada bulan agustus akan mendapatkan diskon atau potongan harga.

Hingga saat ini beliau sudah memiliki 6 produk yang mempunyai nilai jual. Dari beberapa produk tersebut sampai saat ini konsumen memiliki nilai tinggi terhadap properti dekorasi khususnya untuk pelaminan atau sering disebut fuade. Hampir setiap bulan Bapak Rohmad memperbarui produknya tersebut, dengan maksud mengikuti permintaan dan minat konsumen agar tetap berminat untuk membeli produk pada beliau dan tetap mengikuti perkembangan zaman.

Untuk meningkatkan kreativitas, inovasi, dan kualitas produksi, bapak Rohmad beberapa kali mengikuti pelatihan-pelatihan dan pembinaan. Dari pelatihan dan pembinaan tersebut beliau bisa saling tukar ide dengan seniman lain untuk keberlangsungan usaha yang dimiliki.

Dari pelatihan tersebut dapat memberikan hasil dan dampak yang cukup baik bagi usaha beliau. Terbukti banyak konsumen yang mengenal dan tidak sedikit pula yang memiliki minat terhadap produk yang dihasilkan oleh Lintang Art.

Untuk pertimbangan harga jual suatu produk yang beliau hasilkan berpatokan pada ukuran, detail produk, dan bahan. Selama berjalannya usaha tersebut, beliau dalam melaksanakan proses produksi mengandalkan ketrampilan tangan untuk menciptakan sebuah produk.⁵¹

Usaha Kerajinan Tangan Lintang Art saat ini telah memiliki 3 pekerja tetap yaitu bapak Rohmad sendiri sebagai pemilik dan yang mendesain produk kerajinan tangan juga di bantu oleh bapak wawan bekerja pemotong bahan baku kerajinan tersebut, dan Bapak Andri bertugas sebagai pengecatan dan penempelan bagian yang terpisah dan untuk *finishing* dan perapihan dikerjakan bersama-sama. Usaha kerajinan Lintang Art ini juga telah menghasilkan banyak produk seperti, properti dekorasi (fuade), papan bunga, kotak amplop, standing lampu dekor, ornament ukir, logo nama brand. Harga produk yang di tawarkan berkisar antara Rp. 200.000,- hingga Rp. 10.00.000,- sesuai dengan bentuk, ukuran, detail produk atau tingkat kesulitan.

Menurut penuturan para pekerja tersebut sudah bekerja selama kurang lebih 3 atau 4 tahun. Untuk proses pengerjaan dan pembuatan produk kami bekerja secara tim namun memiliki *jobdesk* nya masing-masing. Untuk kendala yang sering karyawan hadapi yaitu terkadang produk memiliki tingkat kesulitan yang tinggi, namun hal tersebut bukan masalah yang tidak ada solusinya, dengan berbekal pengalaman, kebiasaan dan ketrampilan yang dimiliki dan terus berlatih membuat

⁵¹ Hasil wawancara dengan Bapak rohmad selaku pemilik Usaha Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 1 Desember 2022

mereka terbiasa membuat mereka dapat mengembangkan *skill* yang mereka punya. Produk yang sudah pernah dibuat biasanya dibukukan, untuk ditunjukkan kepada konsumen sebagai referensi dan juga dapat meyakinkan konsumen antara kemiripan produk dengan referensi sesuai. Selama bekerja di Lintang Art menurut penuturan Bapak Andi konsidi penjualan disini stabil.⁵²

2. **Produksi Kerajinan Tangan Lintang Art Nambahrejo**

a. **Jenis-jenis Produk**

1. Properti dekorasi khususnya untuk pelaminan atau sering disebut fuade
2. Papan Bunga
3. Kotak Amplop *wedding*
4. *Standing* lampu dekor
5. Logo nama brand/took

b. **Alat**

Secara umum alat yang digunakan untuk membuat kerajinan tangan di Lintang Art adalah pisau cutter, regulator listrik , atk (pensil, pena, penggaris), dan kuas

c. **Bahan**

Pembuatan Kerajinan tangan di Lintang Art menggunakan bahan diantaranya yaitu *Styrofoam*, busa spons, kayu, besi, lem, dan cat

⁵² Hasil wawancara dengan Bapak wawan selaku pemilik Usaha Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 1 Desember 2022

d. Proses Produksi

1. Membuat pola / *desain* terlebih dahulu pada bahan baku yang akan digunakan sesuai kebutuhan.
2. Bahan langsung dipotong dan diiris menggunakan pisau *cutter* mengikuti pola / *desain* tersebut.
3. *Styrofoam* atau busa spons tersebut dicat kemudian dilanjutkan dengan menempelkan bagian-bagian yang terpisah.
4. Masuk ke perapihan *Styrofoam* atau busa spons
5. Produk siap di pasarkan.⁵³

e. Produk Kerajinan Lintang Art

Setelah berdiri selama kurang lebih 6 tahun, Lintang Art sudah menghasilkan beberapa produk yang sudah dipasarkan, yaitu

:Tabel 4.1

Daftar Harga Produk Kerajinan Tangan Lintang Art

No	Nama Produk	Harga Jual
1	Dekorasi pelaminan	Rp. 10.000.000
2	Papan bunga	Rp. 200.000
3	Kotak amplop wedding	Rp. 500.000
4	Standing lampu dekor	Rp. 1.000.000
5	Ornamen ukir	Rp. 200.000
6	Logo nama brand	Rp. 1.000.000

⁵³ Hasil wawancara dengan Andri selaku Karyawan Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 1 Desember 2022

B. Dampak Kreativitas Produk Kerajinan Tangan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk

Bapak Rohmad adalah pemilik Usaha Kerajinan Tangan yang berada di Kampung Nambahrejo Kecamatan Kotagajah. Latar belakang beliau dalam membuka usaha ini yaitu berawal dari hobi yang beliau miliki kemudian dikembangkan menjadi sebuah profesi dikarenakan lingkungan sekitar yang masih banyak pengangguran sehingga usaha Lintang Art dapat membantu perekonomian.

Tujuan beliau melakukan kreativitas dari produknya yaitu agar dapat terus bersaing di pasaran, persaingan tersebut menuntut beliau agar lebih kreatif dan lebih inovatif dalam menciptakan produk. Selain itu tujuan beliau melakukan kreativitas terhadap produknya karena menetralkan resiko siklus penjualan yang menurun dan dapat berdampak kerugian terhadap usaha beliau. Karena kreativitas sebuah produk dapat berpengaruh terhadap daya beli konsumen yang beraneka ragam dan mempunyai selera yang berbeda-beda. Adapun tujuan beliau melakukan kreativitas produk dikarenakan permintaan dari para konsumen Bapak Rohmad.⁵⁴

Dalam menjalankan usaha ini seringkali tidak berjalan mulus, melainkan ada kendala-kendala yang dihadapi dalam proses tersebut. Pesaing dari perusahaan sejenis seringkali menjadi faktor utama. Namun menurut Bapak Rohmad pesaing merupakan kendala yang sudah pasti dan tidak akan pernah terselesaikan. Kendala lain yang dihadapi yaitu waktu penyelesaian

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Rohmad selaku pemilik Usaha Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 1 Desember 2022

yang menuntut produk harus jadi tepat waktu, kendala modal juga seringkali dihadapi oleh bapak rohmad.⁵⁵

Sedangkan kendala-kendala yang sering dihadapi konsumen ketika membeli suatu produk yaitu banyaknya penjual yang memiliki produk yang sejenis, tingkat kepercayaan konsumen tentang bagaimana kualitas produk.

Kualitas juga menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi kepercayaan konsumen, usaha kerajinan tangan sudah berdiri sejak 6 tahunan, tentunya ini sudah cukup lama untuk bapak Rahmaddalam menekuni usahanya, dengan berjalannya waktu, pengalaman akan selalu bertambah dan diiringi semakin banyaknya relasi bisnis maupun pelanggan yang dijangkau.

Dengan berbagai macam ukiran dan ukuran produk kerajinan yang menarik para konsumen sangat menyukai produk kerajinan tangan dari Bapak Rohmad. Untuk menganalisa dampak kreativitas produk kerajinan tangan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di Lintang Art Nambahrejo Kotagajah. Dari hasil wawancara tersebut maka dapat diperoleh data-data yang berkaitan dengan kreativitas produk dan keputusan konsumen dalam pembelian produk ini dibuktikan ketika peneliti melakukan wawancara kepada para konsumen yang membeli produk kerajinan tangan Lintang Art, dan hasil dari beberapa narasumber yang peneliti jumpai pada lapangan penelitian adalah sebagai berikut :

Narasumber pertama yaitu ibu Irma beliau merupakan salah satu konsumen lama Bapak Rohmad beliau mengatakan :

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Rohmad selaku pemilik Usaha Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 1 Desember 2022

“Alasan saya membeli produk kerajinan tangan karena saya membutuhkannya, dan sekarang saya membelinya karena untuk keperluan usaha wedding dekorasi saya. Alasan saya membeli produk kerajinan tangan disini karena produk nya sesuai dengan yang saya cari. Dulu saya pernah beli produk di tempat lain namun hasilnya kurang bagus dan kualitasnya kurang. Produk kerajinan tangan disini kreatif, juga memiliki banyak macam dan tentu saja pembeli bisa memilih dan menentukan model yang diinginkan. Saya sudah kurang lebih 6 kali membeli produk kerajinan tangan disini untuk keperluan usaha wedding saya. Produk yang saya beli di Lintang Art ini yaitu Dekorasi pelaminan (fuade). Harga produk disini menurut saya tidak ada masalah karena melihat produk yang dihasilkan sesuai yang diinginkan, dan kualitas bahan juga sesuai. Pelayanan yang diberikan menurut saya cukup baik dan sopan, dan saya puas membeli produk disini. Saya pernah membeli produk di tempat lain namun kualitas bahan menurut saya kurang baik.”⁵⁶

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, tahap-tahap dalam pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen yaitu pengenalan masalah ; Menurut Ibu Irma beliau membeli produk di Lintang Art dikarenakan kebutuhan. Pencarian informasi yang dilakukan beliau bersumber pengalaman beliau sebagai konsumen tetap. Pencarian alternative dilakukan setelah memperoleh informasi, menurut beliau produk yang dihasilkan Lintang Art sesuai dengan

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Irma selaku KonsumenUsaha Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 1 Desember 2022

yang beliau cari. Setelah memperoleh informasi dan pencarian alternatif beliau memutuskan pembelian dan sudah 6 kali membeli produk di Lintang Art. Setelah membeli produk beliau melakukan evaluasi paska pembelian menurut beliau puas dengan produk Lintang Art

Narasumber kedua yaitu bapak Maryanto beliau mengatakan :

“Saya membeli produk kerajinan tangan ini karena saya membutuhkannya. Alasan saya membeli produk disini yaitu rekomendasi dari relasi saya. Kualitas, bentuk, kreativitas yang dihasilkan disini tidak diragukan lagi dan ini produk yang saya cari. Saya sudah 2 kali membeli produk disini, produk pertama yang saya beli yaitu ornament ukir untuk melengkapi property dekorasi pelaminan yang saya miliki, dan sekarang saya membeli property dekorasi pelaminan untuk usaha saya. Manfaat yang dirasakan setelah membeli produknya yaitu sesuai keinginan saya, awet dan ukirannya kreatif dan ini membuat saya puas membeli produk disini. Saya juga puas dengan pelayanan disini karena baik dan ramah.”⁵⁷

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, tahap-tahap dalam pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen yaitu pengenalan masalah ; Menurut Bapak Maryanto beliau membeli produk di Lintang Art dikarenakan kebutuhan untuk usahanya. Pencarian informasi yang dilakukan beliau bersumber dari relasinya. Pencarian alternative dilakukan setelah memperoleh informasi, menurut beliau produk yang dihasilkan Lintang Art

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Maryanto selaku Konsumen Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 1 Desember 2022

kreatif dan kualitasnya bagus. Setelah memperoleh informasi dan pencarian alternatif beliau memutuskan pembelian dan sudah 2 kali membeli produk di Lintang Art. Evaluasi Setelah membeli produk beliau melakukan evaluasi paska pembelian menurut beliau puas dengan produk Lintang Art

Narasumber ketiga yaitu Ibu Maya beliau mengatakan :

*Alasan saya membeli produk kerajinan tangan ini karena saya membutuhkan produk tersebut. Alasan saya membeli produk kerajinan tangan disini karena saya mendapat saran dari saudara, katanya disini produknya banyak jenis dan bisa custom sesuai keinginan, untuk itu saya datang kesini untuk membuktikannya. Saya sudah 2 kali membeli produk disini, produk kerajinan yang sudah saya beli disini yaitu logo nama brand untuk keperluan interior toko saya. Manfaat yang saya rasakan setelah saya membeli yaitu kualitasnya tidak diragukan , ukuran pas buat saya, desain dan kreativitas dari produk juga menarik. Harga menurut saya juga pas dengan produk. Saya juga puas dengan pelayanan disini karena cukup ramah”.*⁵⁸

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, tahap-tahap dalam pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen yaitu pengenalan masalah ; Menurut Ibu Maya beliau membeli produk di Lintang Art dikarenakan kebutuhan. Pencarian informasi yang dilakukan beliau bersumber dari saudara sehingga beliau datang memastikan kemudian tertarik. Pencarian alternative dilakukan setelah memperoleh informasi, menurut beliau produk yang dihasilkan

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Maya selaku Konsumen Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 3 Desember 2022

Lintang Art kreatif memiliki banyak macam. Setelah memperoleh informasi dan pencarian alternatif beliau memutuskan pembelian dan sudah 2 kali membeli produk di Lintang Art. Setelah membeli produk beliau melakukan evaluasi paska pembelian menurut beliau puas dengan produk Lintang Art

Narasumber keempat yaitu ibu Yumna beliau mengatakan :

“Alasan saya membeli produk ya karena saya memang membutuhkannya. Alasan saya membeli produk disini awalnya saya hanya mengantarkan teman saya memilih produk disini, hingga akhirnya saya tertarik dan membeli produk disini. Saya sudah membeli produk kerajinan tangan di Lintang Art 2 kali. Yang pertama yaitu papan bunga dan sekarang logo nama brand. Sejauh ini manfaat yang saya rasakan setelah membeli produk kerajinan tangan disini kualitas produknya bagus, kreatif dalam menciptakan produk, ukiran sederhana tetapi tetap terkesan modern dan memberi rasa pelayanan disini juga cukup sopan dan ramah, saya puas membeli produk disini.”⁵⁹

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, tahap-tahap dalam pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen yaitu pengenalan masalah ; Menurut Ibu Yumna beliau membeli produk di Lintang Art dikarenakan kebutuhan. Pencarian informasi yang dilakukan beliau bersumber dari temannya sehingga beliau tertarik. Pencarian alternative dilakukan setelah memperoleh informasi, menurut beliau produk yang dihasilkan Lintang Art kreatif dan kualitasnya bagus, sederhana namun tetap modern. Setelah memperoleh

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Yumna selaku Konsumen di Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 3 Desember 2022

informasi dan pencarian alternatif beliau memutuskan pembelian dan sudah 2 kali membeli produk di Lintang Art. Setelah membeli produk beliau melakukan evaluasi paska pembelian menurut beliau puas dengan produk Lintang Art

Serta narasumber kelima yang berkenan memberikan informasi adalah Bapak Joko beliau mengatakan :

“Alasan saya membeli produk kerajinan tangan karena saya butuh untuk usaha wedding dekorasi saya. Alasan saya membeli produk kerajinan tangan disini karena ajakan dari teman, kata teman saya produk disini hasilnya memuaskan sesuai yang diinginkan, awet juga kreativitas nya tinggi dibuktikan dengan bentuk ukirannya bagus, dan beragam dan cocok dengan usaha di bidang saya. Setelah saya datang dan melihat langsung ternyata memang benar yang dikatakan teman saya. Saya sudah membeli produk disini 3 kali. Sekarang saya membeli kotak untuk amplop wedding. Manfaat yang saya rasakan yaitu produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya, ukiran dan letak kreativitas yang bagus, awet dan berkualitas tentunya dan saya puas membeli produk disini. pelayanan disini juga sopan dan ramah.”⁶⁰

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, tahap-tahap dalam pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen yaitu pengenalan masalah ; Menurut Bapak Joko beliau membeli produk di Lintang Art dikarenakan kebutuhan. Pencarian informasi yang dilakukan beliau bersumber dari temannya

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Joko selaku Konsumen di Lintang Art Kampung Nambahrejo, Kec. Kotagajah, Tanggal 3 Desember 2022

sehingga beliau tertarik. Pencarian alternative dilakukan setelah memperoleh informasi, menurut beliau produk yang dihasilkan Lintang Art kreatif, kualitasnya bagus, sesuai keinginan, awet dan berkualitas. Setelah memperoleh informasi dan pencarian alternatif beliau memutuskan pembelian dan sudah 3 kali membeli produk di Lintang Art. Setelah membeli produk beliau melakukan evaluasi paska pembelian menurut beliau puas dengan produk Lintang Art.

Dari hasil wawancara dengan beberapa pelanggan dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen tergantung pada tingkat kebutuhan, saran dari saudara, teman atau relasi, serta kepuasan pada kualitas dan kreativitas produk, dan pelayanan yang diberikan dari pihak usaha kerajinan tangan itu sendiri mampu membuat para pelanggan tetap dan menaruh kepercayaan penuh dalam memenuhi keinginan konsumennya pada usaha kerajinan tangan tersebut.

C. Analisa Dampak Kreativitas Produk Kerajinan Tangan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk

Pembahasan ini akan menguraikan lebih rinci tentang temuan penelitian yang diperoleh di lapangan sebagaimana yang telah diuraikan diatas. Temuan penelitian membahas mengenai dampak kreativitas produk kerajinan tangan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa hasil wawancara di lapangan menunjukkan faktor-faktor yang menyebabkan dalam pengambilan keputusan konsumen adalah faktor yang ada diluar diri manusia (eksternal)

yaitu faktor sosial. Sementara faktor yang ada dalam diri manusia (internal) yaitu faktor pribadi dan psikologi.

1. Faktor Internal

Hal ini dapat dilihat dari konsumen yang memilih membeli produk di Lintang Art kampung Nambahrejo karena kualitas dan kreativitas suatu produk, harga yang sesuai, dan bentuk, desain produk yang beragam sesuai dengan keinginan konsumen.

Sesuai dengan penuturan ibu Irma yang membeli kerajinan tangan pada Bapak Rohmad, beliau membeli kerajinan tangan tersebut untuk keberlangsungan usahanya. Beliau memilih produk kerajinan tangan dari Bapak Rohmad karena produk sesuai dengan yang dicari, memiliki banyak macam dan pembeli juga bisa memilih dan menentukan produk yang diinginkan. Beliau mengatakan kualitas bahan juga sesuai. Beliau merupakan konsumen yang sudah cukup lama berlangganan pada Bapak Rohmad. Dari penuturan ibu Irma menunjukkan bahwa penyebab beliau membeli produk yang dijual Bapak Rohmad karena memiliki kualitas dan beraneka ragam. Sementara tahapan yang digunakan Ibu Irma adalah pengenalan masalah, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Dari penuturan beliau dapat diketahui bahwa faktor internal yang mempengaruhi dirinya adalah faktor pribadi dan psikologi. Faktor pribadi yaitu faktor kepribadian dan konsep diri karena sesuai dengan kepercayaan dirinya dan pengetahuan yang dimilikinya. Faktor psikologi yaitu faktor motivasi, persepsi, pembelajaran,

keyakinan, dan sikap. Faktor motivasi karena untuk memenuhi kebutuhan. Faktor persepsi karena beliau menganggap bahwa kerajinan tangan yang dibuat oleh Bapak Rohmad memiliki kualitas yang baik. Faktor pembelajaran karena ia pernah membeli produk di tempat lain namun memiliki kualitas yang kurang baik. Faktor keyakinan dan sikap karena ia yakin dan percaya terhadap kualitas produk Bapak Rohmad sehingga membuat ia menentukan sikap untuk membuatnya tetap loyal untuk membeli produk kerajinan tangan pada Bapak Rohmad.

Menurut Bapak Maryanto, beliau mengatakan bahwa selain kualitas yang bagus dan sesuai keinginan, kreativitas dari produknya juga tidak diragukan lagi. Tahapan yang dilakukan oleh beliau melalui tahapan pengenalan masalah, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Menurut Bapak Maryanto dapat diketahui bahwa faktor internal yang mempengaruhi dirinya adalah faktor pribadi dan psikologi. Faktor pribadi yaitu faktor kepribadian dan konsep diri karena sesuai dengan kepercayaan dirinya dan pengetahuan yang dimiliki. Faktor psikologi yaitu faktor motivasi, persepsi, keyakinan, dan sikap. Faktor motivasi karena memenuhi kebutuhan. Faktor persepsi karena beliau menganggap produk bahwa produk Bapak Rohmad memiliki kualitas dan kreativitas yang tidak diragukan. Faktor keyakinan dan sikap karena beliau yakin dan percaya terhadap kualitas produk Bapak Rohmad sehingga membuat beliau menentukan sikap untuk membuatnya tetap loyal membeli produk pada Bapak Rohmad.

Menurut Ibu Maya juga mengatakan produk yang dibeli pada Bapak Rohmad memiliki kualitas dan kreativitas yang bagus. Selain itu produk yang dihasilkan disini juga bermacam-macam dan bisa meminta disesuaikan dengan keinginan. Untuk harga dari produk sesuai dengan kualitas yang diberikan. Menurut penuturan ibu Maya dapat diketahui bahwa faktor internal yang mempengaruhi dirinya adalah faktor pribadi dan psikologi. Faktor pribadi yaitu faktor kepribadian diri dan konsep diri karena sesuai dengan kepercayaan dirinya dan pengetahuan yang dimilikinya. Faktor psikologi yaitu faktor motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap. Faktor motivasi karena untuk memenuhi kebutuhan. Faktor persepsi karena beliau menganggap bahwa produk kerajinan yang dihasilkan Bapak Rohmad memiliki kualitas dan kreativitas yang baik. Faktor keyakinan dan sikap karena beliau yakin dan percaya terhadap kualitas produk Bapak Rohmad sehingga membuat beliau menentukan sikap untuk membuatnya tetap setia menjadi konsumen dan membeli produk pada Bapak Rohmad.

Menurut Ibu Yumna mengatakan produk yang dibeli pada Bapak Rohmad memiliki kualitas dan kreativitas yang bagus, hasil dari produk ukirannya sederhana tetapi modern. Sedangkan tahapan yang dilakukan adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian. Menurut penuturan ibu Yumna dapat diketahui bahwa faktor internal yang mempengaruhi dirinya adalah faktor pribadi dan psikologi. Faktor pribadi yaitu faktor kepribadian dan konsep diri

karena sesuai dengan kepercayaan dirinya dan pengetahuan yang dimilikinya. Faktor psikologi yaitu faktor motivasi, persepsi. Faktor motivasi karena untuk memenuhi kebutuhan. Faktor persepsi karena beliau menganggap bahwa produk Bapak Rohmad memiliki kualitas dan kreativitas yang bagus.

Bapak Joko mengatakan produk yang dibeli pada Bapak Rohmad memiliki kualitas yang bagus dan kreativitas yang tinggi, awet produk sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa faktor internal yang mempengaruhi Bapak Joko yaitu faktor pribadi dan psikologi. Faktor pribadi yaitu faktor kepribadian dan konsep diri karena sesuai dengan kepercayaan dirinya dan pengetahuan yang dimilikinya. Faktor psikologi yaitu faktor motivasi, persepsi. Faktor motivasi karena untuk memenuhi kebutuhan. Faktor persepsi karena beliau menganggap bahwa produk bapak rohmat memiliki kualitas dan kreativitas yang bagus.

2. Faktor Eksternal

Ibu Irma mengatakan bahwa beliau membeli produk pada Bapak Rohmad dikarenakan produknya sesuai dengan yang beliau cari, memiliki banyak macam dan model, produk-produk yang dihasilkan kreatif. Tahapan yang dilakukan adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Dari penuturan Ibu Irma faktor yang mempengaruhi beliau memilih

produk pada Bapak Rohmad dikarenakan faktor keputusan tentang pelayanan.

Menurut Bapak Maryanto mengatakan bahwa beliau membeli produk pada Bapak Rohmad dikarenakan beliau diberi tahu oleh temannya bahwa produk Kerajinan tangan di tempat Bapak Rohmad karena bentuknya kreatif dan kualitasnya awet. Tahapan yang dilakukan adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Dari penuturan Bapak Maryanto faktor yang mempengaruhi beliau dalam membeli produk adalah faktor sosial yaitu kelompok Acuan karena beliau mendapat informasi dari relasinya.

Hal ini sesuai dengan penuturan Ibu Maya yang membeli produk pada Bapak Rohmad. Beliau memilih produk dikarenakan kualitas dari produk dan juga desain dan kreativitas yang menarik. Beliau sudah menjadi konsumen tetap disini. Sementara tahapan yang digunakan Ibu Maya adalah pengenalan masalah, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Dari penuturan beliau dapat diketahui bahwa faktor lain yang mempengaruhi beliau dalam membeli produk adalah faktor sosial yaitu faktor keluarga karena beliau mendapat informasi dari saudaranya.

Menurut Ibu Yumna beliau memilih produk kerajinan pada Bapak Rohmad dikarenakan produknya bagus, ukiran sederhana namun tetap memberi kesan modern hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha tersebut

kreatif. Tahapan yang dilakukan adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, dan keputusan pembelian. Dari penuturan Ibu Yumna dapat diketahui bahwa faktor lain yang mempengaruhi adalah faktor tentang pelayanan dan kelompok acuan yang membuat beliau membeli produk pada Bapak Rohmad.

Menurut Bapak Joko beliau memilih membeli produk disini karena kreatif dan ukirannya juga bagus, kualitas bagus dan awet, sesuai dengan pekerjaan yang ditekuni oleh Bapak Joko. Tahapan yang dilakukan adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian. Dari penuturan beliau dapat diketahui bahwa faktor lain yang mempengaruhi beliau membeli produk pada Bapak Rohmat yaitu kelompok acuan karena beliau diajak oleh temannya.

Setelah melakukan wawancara kepada Pemilik Usaha, Karyawan, dan Konsumen maka penulis dapat menganalisis dari hasil wawancara tersebut yang berkaitan dengan kreativitas dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini teori keputusan pembelian pada usaha Kerajinan Tangan Lintang Art telah memenuhi prinsip tentang keputusan konsumen dalam pembelian.

Pada dasarnya kreativitas dapat berdampak pada keputusan konsumen dalam pembelian produk. Secara keseluruhan konsumen memilih produk tersebutb kreativitas yang dihasilkan. Berdasarkan hasil wawancara secara umum faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk yaitu :

1. Faktor Internal

a. Presepsi

Persepsi adalah proses seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran. Pengamatan atau persepsi merupakan proses yang terbentuk dari hubungan kegiatan panca indera (melihat, mendengar, mencium, merasakan) terhadap suatu kejadian yang diproyeksikan oleh individu tersebut menjadi suatu penggambaran tertentu.

1) Kualitas

Kualitas merupakan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan/konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dengan menciptakan produk yang berkualitas, maka perusahaan akan mendapatkan predikat yang bagus di mata konsumen.

Berdasarkan penelitian telah dilakukan pada usaha Kerajinan Tangan Lintang Art dapat diketahui bahwa, kualitas dari produk yang dihasilkan sudah cukup baik. Hal ini dibuktikan dari penuturan ibu Irma yang sudah membeli produk selama 6 kali dan mengatakan bahwa produk yang dijual di Lintang Art ini memiliki kualitas yang bagus dan awet.

2) Kreativitas

Kreativitas yaitu menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berpikir secara lebih bebas dan membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan yang mengejutkan dalam menghasilkan hal yang bermanfaat.

Dalam hal ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada usaha Kerajinan Tangan Lintang Art ini berhasil bersaing dengan mengembangkan daya kreatif, memiliki ide-ide dan hasil yang kreatif membuat daya tarik konsumen untuk membeli produk kerajinan tangan ini. Dari 5 konsumen yang dijadikan narasumber menurut penuturan mereka produk yang dihasilkan memiliki kreativitas.

3) Pelayanan

Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dari 5 konsumen yang menjadi narasumber mengatakan bahwa pelayanan di Lintang Art ini cukup baik, dan juga ramah. Sehingga memberi kesan tersendiri kepada konsumen.

b. Motivasi

Biasanya pemasar atau pemilik usaha akan meneliti tentang apa yang dibutuhkan, dan mengapa seseorang membutuhkannya. Pemasar produk tentu saja akan membuat konsumen tertarik. Secara sederhana sebelum pembelian terjadi, pelanggan harus mempunyai alasan untuk berfikir tentang apa yang mereka mau.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat dianalisis bahwa secara teori usaha Kerajinan Tangan Lintang Art Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah menciptakan produk sesuai dengan yang dibutuhkan target/konsumen.

c. Pembelajaran

Belajar didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai akibat adanya pengalaman. Hasil belajar akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan-rangsangan dan mempunyai tujuan tertentu. Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan proses belajar, di mana hal ini sebagian dari hidup konsumen. Proses belajar terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, dalam pembelian konsumen selalu mempelajari sesuatu dari barang yang telah dibeli.

Berdasarkan penelitian telah dilakukan pada usaha Kerajinan Tangan Lintang Art dapat diketahui bahwa Ibu Irma sebagai konsumen Lintang Art pernah membeli produk di tempat lain,

namun menurut beliau kualitasnya kurang bagus. Sehingga ibu Irma kembali membeli produk di lintang art karena beliau memperoleh suatu kepuasan.

2. Faktor Eksternal

a. Kelompok Acuan

Kelompok acuan merupakan seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi keputusan seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon .

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat dianalisis bahwa kelompok acuan dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Dari 5 konsumen yang diwawancarai, 4 diantaranya memilih produk pada Lintang Art karena faktor Kelompok Acuan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat dianalisis bahwa secara teori usaha Kerajinan Tangan Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah faktor pelayanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk, dalam hal pelayanan sumber daya manusia sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Tidak dapat kita pungkiri bahwa faktor ini berperan penting dalam membuat suatu kemajuan atau bahkan kemunduran dari suatu perusahaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dan hasil wawancara di lapangan dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan konsumen dapat dipengaruhi dari 2 faktor yaitu : faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor Internal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu persepsi, motivasi, dan pembelajaran. Persepsi adalah proses seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambaran.

Salah satu faktor persepsi yang mempengaruhi yaitu kreativitas produk Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada usaha Kerajinan Tangan Lintang Art dapat diketahui bahwa, kreativitas suatu produk memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk di Lintang Art Nambahrejo. Hal ini menandakan bahwa kebanyakan konsumen mengambil keputusan pembelian karena kreativitas.

Faktor eksternal yang mempengaruhi adalah faktor sosial yaitu faktor kelompok acuan. Sementara faktor lain yang mempengaruhi adalah faktor harga.

Jadi, kreativitas memiliki dampak positif terhadap keputusan konsumen, namun selain meningkatkan kreativitas pemilik usaha juga harus meningkatkan kualitas dari produk yang mereka hasilkan.

B. Saran

Berdasarkan uraian diatas, maka saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah :

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang lebih kompleks sehingga dapat lebih optimal dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan khususnya tentang kreativitas dalam keputusan pembelian
2. Untuk pemilik usaha kerajinan tangan Lintang Art yakni Bapak Rohmad agar tetap mempertahankan kualitas, inovasi, kreativitas produk serta dapat mempertahankan agar lebih baik lagi. Selain itu tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar pelanggan tetap percaya dengan produk di Lintang Art dan dapat memperkenalkan produk tersebut kepana lainnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti dari segi harga produk dan omzet penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Fitrah dan Yesi Gusmania, “Pendampingan pembuatan Kerajinan Tangan dan Kain Flanel untuk Menunjang Perekonomian Keluarga sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM) Masyarakat di Kelurahan Sri Langka” *Minda Baharu* 3.
- Arikunto, Suharsimi. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta, Cet." *Ke-13* (2010).
- Basalamah, Ridwan, dan Ahmad Erwaedy. *Manajemen Inovasi dalam Bisnis*. AE Publishing, 2021.
- Barowi, *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*, Ghalia Indonesia, 2006.
- Dinar, Muhammad, M. Ahmad, and Muhammad Hasan. "Kewirausahaan.". Penerbit Media Sains Indonesia, 2016
- Departemen pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-4 (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014)
- Dewi, Lati. *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, Jawa timur: Global Aksara Pers. (2021)
- Djohan, Agustinus Johannes. "Manajemen & Strategi Pembelian." *Malang: Media Nusa Creative* (2016)..
- Erlina Rufaidah, E. R., and Kodri Kodri. "Strategi Inovasi dan Kreativitas Berwirausaha di Era Revolusi 4.0 (Kajian Empiris dan Kajian Literatur)." (2020).
- Fahmi, Irham, “*Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi.*” Alfabeta 2014
- Fatihudin, Didin. "METODOLOGI PENELITIAN untuk ILMU EKONOMI, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI-EDISI REVISI Lengkap Contoh Kasus." (2020).
- Firmansyah, Anang. “*Sikap dan Pemasaran.*”Deepublish, 2018.
- Hanip, Sepma Pulthinka Nur. "Implementasi Pendekatan 4P Dalam Pembelajaran Pendidikan Islam Kreatif." *eL-HIKMAH: Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam* 14.2 (2020): 123-140.
- Mamik, “*Metodologi Kualitatif.*” Zifatama Publisher, 2014
- Marwiyah, Arfatul, Zulkifli, Sugito, dan Muslim, “Analisis Estetis Karya Kerajinan Kain Perca Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Beringin Kabupaten Deli Serdang” *Jurnal Seni Rupa*, Vol. 07, No. 2, 2018

- Meithiana, Indrasari. "Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Iklim Organisasi, Kreativitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan." 2017.
- Nasehudin, Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung : Pustaka Setia, 2015
- Nurdin, Ismail, and Sri Hartati. *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Ridwan, Muhammad Ilham ,dkk, *Diferensiasi Kulit Pelepeh Rumbia Sebagai Leko Multifungsi*. CV Media Sains Indonesia, (2021)
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta, 2019.
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Rineka Cipta, 2010
- Saebani Beni Ahmad dan Kadar Nurjaman. *Manajemen Penelitian*, CV Pustaka Setia, 2013.
- Samuel, Hattane dan Rizky Karina. "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1.2 (2013)
- Sinulingga, Nora Anisa Br, Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen ; Strategi dan Teori*, Deli Serdang : IOCSPublisher,2018
- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing, 2015.
- Suryana, Yuyus, and Kartib Bayu. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Kencana, 2012.
- Supriyono, Kuat, and Mukeri Leonardo Budi Hasiolan. "Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam membeli rumah pada perumahan bukit semarang baru (bsb) city di semarang." *Journal of Management* 1.1 2015.
- Umar Sidiq, Miftachul Choiri, dan Anwar Mujahidin. *Metode Penelitian Kuantitatif.di Bidang Pendidikan*. Ponorogo. CV. Nata Karya, 2019
- Yulianti, Farida, Lamsah, dan Periyadi, "Manajemen Pemasaran" Deepublish Publisher, 2019
- Yusuf, Muri. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenada Media." *Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini* (2017).

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-4032/in.28.1/J/TL.00/11/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Nizaruddin (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **CINDY PUSFITA DESPRIANTI**
NPM : 1804041034
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : **DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 November 2022
Ketua Jurusan,



Dharma Setyawan MA



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-4164/In.28/D.1/TL.00/12/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Usaha Kerajinan Tangan
Lintang Art
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-4165/In.28/D.1/TL.01/12/2022, tanggal 02 Desember 2022 atas nama saudara:

Nama : **CINDY PUSFITA DESPRIANTI**
NPM : 1804041034
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Kerajinan Tangan Lintang Art, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 Desember 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-4165/In.28/D.1/TL.01/12/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **CINDY PUSFITA DESPRIANTI**
NPM : 1804041034
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Kerajinan Tangan Lintang Art, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 02 Desember 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat


ROHMAD

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Cindy Pusfita Desprianti
NPM : 1804041034
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Proposal berjudul **Pengaruh Kreativitas Produk Kerajinan Spon Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 18 Januari 2022
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1401/ln.28/S/U.1/OT.01/11/2022

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Cindy Pusfita Desprianti
NPM : 1804041034
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1804041034

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 21 November 2022
Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

DAMPAK KREATIVITAS PRODUK KERAJINAN TANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK (STUDI PADA LINTANG ART NAMBAHREJO, KECAMATAN KOTAGAJAH, KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)

A. Pertanyaan yang diajukan untuk Pemilik Lintang Art

1. Ada berapa produk yang anda jual disini?
2. Produk apa saja yang anda jual di Lintang Art ini?
3. Produk apa yang paling diminati konsumen?
4. Seberapa sering anda melakukan pembaharuan produk?
5. Apa pertimbangan anda menentukan harga jual suatu produk?
6. Bagaimana cara anda memberikan kepuasan kepada konsumen?
7. Bagaimana cara anda meyakinkan konsumen untuk membeli produk
8. Apakah ada pemberian diskon atau potongan harga untuk hari tertentu?

B. Pertanyaan yang diajukan untuk Karyawan Lintang Art

1. Sudah berapa lama bekerja di Lintang Art?
2. Apakah ada divisi khusus atau penanggung jawab untuk merancang produk yang akan anda hasilkan
3. Bagaimana cara anda meyakinkan konsumen terkait kemiripan dan hasil produk yang anda buat dengan produk yang konsumen inginkan?
4. Bagaimana kondisi penjualan di Lintang Art ini?
5. Bagaimana keadaan pembeli disini ramai, sedang atau stabil?
6. Apakah ada kendala dalam pembuatan kerajinan ini?
7. Bagaimana cara anda mengatasi kendala tersebut ?

C. Pertanyaan yang diajukan untuk Konsumen Lintang Art

1. Apa yang menjadi pertimbangan dalam membeli produk di Lintang Art?

2. Apakah anda puas dengan pelayanan disini?
3. Apa alasan anda memilih dan membeli produk di lintang art ini?
4. Seberapa sering anda membeli produk di Lintang art?
5. Apakah anda puas dengan produk yang dihasilkan oleh Lintang Art?

D. Metode Dokumentasi

1. Buku dan jurnal yang berkaitan dengan Penelitian
2. Foto saat melakukan penelitian
3. Foto Hasil Karya Lintang Art

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Nizaruddin, S.Ag., M.H.
NIP. 19740302 199903 1 00 1

Metro, 3 November 2022
Penulis,



Cindy Pusfita D.
NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 21/ 12 2022	Acc utr di Muadadiyah kan	

Dosen Pembimbing ,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 13/12/2022	bergraji dari awal sampai Akhir	

Dosen Pembimbing,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX / 2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 6/ Desember 2022	<ul style="list-style-type: none">- Tgl wawancara di semua--kan dengan surat izin Riset.- APD baru Acc bulan November.- Footnote setiap awal bab di mulai dari angka!- APD belum terjawab semua.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX / 2022

NO.	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 6/12/2022	Lihat Pertanyaan APD satu persatu, dan jawabannya harus ada di bab IV Analisa harus berdasarkan landasan teori. Lihat bab II apakah sudah sesuai dgn teori atau belum harus jelas.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pufita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 22/11/2022	ACC APD lanjut Penelitian	

Dosen Pembimbing,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pufita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 21/ 11 2022	ACC Bab II I & III lanjut APD	

Dosen Pembimbing ,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 14/11/2022	Catatan Bimbingan Sebelumnya Mana	

Dosen Pembimbing,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 9/11/2022	Font Catatan kali di Perbaiki, Font Times New Roman. hal. 5 di perbaiki semua catatan. Kata \approx Penulis di ganti Peneliti Kata Proposal di ganti Skripsi Perbaiki semua catatan	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 8/11/22	Outline & Perbaiki literatur dahulu	

Dosen Pembimbing ,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 22/9/22	Perbaiki Rencana Outline semua bab	

Dosen Pembimbing,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041034 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 6/2022 /1	Acc ulh Seminar	

Dosen Pembimbing ,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita Desprianti

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 1804041034 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Juni 28 24 / 12 2	<ul style="list-style-type: none">- Perhatikan cara pengutipan kutipan langsung dan tidak langsung lihat buku pedoman penulisan skripsi IAIN Metro- Setiap kutipan harus diberi penjelasan- Kutipan harus jelas sumber nya	

Dosen Pembimbing,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita D

NPM. 1804041034



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
NPM : 1804041024 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at 24/21 12	Sumber Data harus jelas.	

Dosen Pembimbing ,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita D.

NPM. 1804041024



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Cindy Pusfita D. Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 1804041034 Semester/TA : VII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at	<ul style="list-style-type: none">- LBM belum nampal- Permasalahan an mpa.- harus digambarkan bagaimana lintang Art awal berdiri dan setelah berdiri apa saja yg sudah dilakukan.- Footnote setiap awal bab dimulai dari angka 1.	

Dosen Pembimbing,

Nizaruddin, S.Ag., M.H.

NIP.19740302 199903 1 00 1

Mahasiswa Ybs,

Cindy Pusfita D.

NPM. 1804041034

Dokumentasi dengan Pemilik Usaha Kerajinan Tangan Lintang Art



Dokumentasi Lokasi Usaha Kerajinan Tangan Lintang Art



Dokumentasi Produk yang Dihasilkan Usaha Kerajinan Tangan Lintang Art



Dekorasi Pelaminan Produk Kerajinan Tangan Lintang Art



Atribut Pakaian Produk Tangan



Dekorasi Pelaminan Produk Kerajinan Tangan Lintang Art



Dekorasi Pelaminan Tangan Lintang Art



Logo Nama Brand Produk Kerajinan Tangan Lintang Art

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Cindy Pusfita Desprianti lahir di Kampung Nambahrejo Kecamatan Kotagajah Kabupaten Lampung tengah pada tanggal 01 Januari 1999. Peneliti Merupakan anak ke 2 dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Asomad dan Ibu Muntamah. Memiliki satu orang kakak yaitu Eka Oktaviani

Peneliti menempuh pendidikan formalnya di Tk PGRI Nambahrejo di Kampung Nambahrejo lulus pada tahun 2005, kemudian melanjutkan pendidikan di SD Negeri 01 Nambahrejo lulus pada tahun 2011, kemudian peneliti melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 2 Kotagajah lulus pada tahun 2014, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan dibangku SMA Negeri 1 Kotagajah lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2018 peneliti melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro melalui seleksi penerimaan jalur UM-PTKIN dengan jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).