

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA UD. HARTANI JAYA

Risqi Hidayatulloh¹⁾, Ratna A. Pudyarningsih²⁾, Nurul Akramiah³⁾

Universitas Merdeka Pasuruan

e-mail: hidayatullohriski56@gmail.com¹⁾, Ratnahend@gmail.com²⁾, nurul.aidan04@gmail.com³⁾

Abstrak

Perkembangan di Indonesia dalam bidang perekonomian sangat pesat seperti halnya dalam bidang properti rumah yang juga mengalami perkembangan sangat pesat. Guna menunjang strategi perusahaan untuk bersaing dalam hal mempertahankan pangsa pasar seorang pemilik usaha harus meningkatkan kualitas produk dan desain produk agar dapat menarik para konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di UD. HARTANI JAYA secara simultan dan parsial. Merupakan penelitian kuantitatif pengambilan sampel menggunakan metode random sampling, dengan sampel 60 responden dari 60 populasi selama 30 hari. Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kepustakaan, observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (Adjusted R²). Hasil dari pengujian simultan (uji F) dapat dilihat kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai sebesar 19,211, kualitas produk terhadap keputusan pembelian nilai signifikansi sebesar 0,040 < 0,05, desain produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. Hasil dari uji determinasi menyatakan bahwa kualitas produk dan desain produk sebesar 38,2%.

Kata kunci : *Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Berganda*

Abstract

The development in Indonesia in the economic field is very rapid as in the field of home property which is also experiencing very rapid development. To support the company's strategy to compete in terms of maintaining market share, a business owner must improve product quality and product design in order to attract consumers in making purchasing decisions. This study aims to determine the effect of Product Quality and Product Design influence Purchasing Decisions at UD. HARTANI JAYA simultaneously and partially. This is a quantitative research using a random sampling method, with a sample of 60 respondents from 60 populations for 30 days. Data collection techniques using literature research, observation, interviews and questionnaires. Data analysis techniques used are descriptive analysis, test instruments, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination (Adjusted R²). The results of simultaneous testing (F test) can be seen product quality and product design on purchasing decisions with a value of 19,211, product quality on purchasing decisions a significance value of 0.040 < 0.05, product design on purchasing decisions with a significance value of 0.002 < 0, 05. The results of the determination test stated that product quality and product design were 38.2%.

Keywords: *Product Quality, Product Design, Purchasing Decisions, Multiple Linear Regression*

PENDAHULUAN

Industri mebel (*Furniture*) merupakan industri yang mengolah bahan baku setengah jadi yang meliputi kayu menjadi produk barang jadi yang bisa disebut dengan mebel yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri mebel di Indonesia tersebar hampir diseluruh Propinsi dengan sentral-sentral yang cukup besar terletak di Kota Jepara, Sukoharjo, Pasuruan, Gresik, Sidoarjo, Jabodetabek dan lain sebagainya. Kota di propinsi Jawa Timur sebagai sentra mebel adalah Pasuruan. Salah satu produsen mebel di Pasuruan adalah UD HARTANI JAYA, yang terletak di desa Petahunan, Kecamatan Gadingrejo, Pasuruan. UD HARTANI JAYA berdiri sejak tahun 2012. Perusahaan ini berfokus pada *Furniture* berbahan baku kayu Mebel yang di produksi oleh UD HARTANI JAYA ini tergolong pada mebel kelas premium yang bergaya klasik maupun minimalis. UD HARTANI JAYA mengutamakan bahan yang sesuai dengan kualitas maupun manfaatnya.

Permasalahan dalam penelitian ini adanya indikasi kualitas produk yang kurang bagus, hal tersebut disampaikan langsung oleh konsumen yang menyatakan bahwa produk dari UD HARTANI JAYA kurang bagus setelah pemakaian 1 bulan pertama. Desain produk pada UD HARTANI JAYA masih kurang berinovasi, dalam hal ini inovasi masih dalam model lama kurang mengikuti jaman. Hal tersebut disampaikan oleh konsumen dan observasi yang saya lakukan langsung pada UD HARTANI JAYA. Tentunya indikasi tersebut membuat keputusan pembelian pada produk UD HARTANI JAYA kurang diminati. Banyaknya pesaing yang membuat pihak UD HARTANI JAYA harus memperhatikan kualitas produk dan desain produk yang nanti dapat meningkatkan nilai penjualan pada UD HARTANI JAYA yang pada dasarnya mampu membuat konsumen memutuskan untuk membeli produknya dan bisa memberikan kepuasan konsumen supaya tidak memeberikan tanggapan atau respon yang kurang baik dari konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan plihan (Kotler dan Keller,2009:240). Indikator dalam keputusan pembelian adalah :

- 1) Kemantapan pada sebuah produk
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 4) Melakukan pembelian ulang

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Keller, 2009:354). Indikator yang digunakan untuk pengukuran kualitas produk menurut adalah:

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1) Daya tahan | 4) Kemudahan Pemeliharaan |
| 2) Keandalan | 5) Perbaikan |
| 3) Ketepatan | |
| 4) Kemudahan pemeliharaan | |
| 5) Perbaikan | |

Desain Produk

Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009:11). Indikator untuk mengukur desain produk menurut Kotler dan Keller, 2009:11) adalah :

- | | |
|----------------------|---------------|
| 1) Model | 3) Variasi |
| 2) Gaya yang menarik | 4. Up To Date |

3) Varia

Hipotesis

Hipotesis yang di kemukakan dalam penelitian ini :

Hipotesis 1

H_0 : Kualitas Produk dan desain produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan.

H_1 : Kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan.

Hipotesis 2

H_0 : Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan.

H_2 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan.

Hipotesis 3

H_0 : Desain produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan.

H_3 : Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan dengan menggunakan seluruh populasi konsumen di UD. HARTANI JAYA Kota Pasuruan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *teknik sampling jenuh* dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 60 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh melalui pihak lain yang mempunyai kewenangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dimana teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda yang diuji menggunakan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat, kemudian diuji menggunakan uji simultan (uji F) untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan variabel-variabel independen terhadap variabel terikat, lalu diuji menggunakan uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel terikat. Data diperoleh melalui kuesioner kemudian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat sig. 5% dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* (α).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pernyataan variabel bebas (Kualitas Produk dan Desain Produk) dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian) mempunyai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar dari r tabel untuk sampel 60 yaitu 0.2542. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan masing-masing variabel adalah valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
KUALITAS PRODUK (X ₁)				
1	X1.1	0.666	0.2542	Valid
2	X1.2	0.741	0.2542	Valid
3	X1.3	0.723	0.2542	Valid
4	X1.4	0.500	0.2542	Valid
5	X1.5	0.833	0.2542	Valid
6	X1.6	0.696	0.2542	Valid
DESAIN PRODUK (X ₂)				
1	X2.1	0.697	0.2542	Valid
2	X2.2	0.508	0.2542	Valid
3	X2.3	0.742	0.2542	Valid
4	X2.4	0.699	0.2542	Valid
5	X2.5	0.647	0.2542	Valid
6	X2.6	0.773	0.2542	Valid
7	X2.7	0.705	0.2542	Valid
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)				
1	Y.1	0.819	0.2542	Valid
2	Y.2	0.821	0.2542	Valid
3	Y.3	0.808	0.2542	Valid
4	Y.4	0.726	0.2542	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Uji Reliabilitas

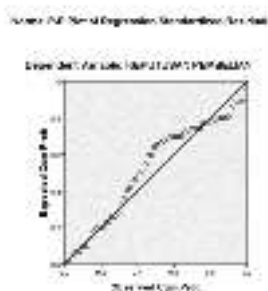
Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0.787	Reliabel
Desain Produk	0.806	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.802	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil pada tabel 2, didapat nilai *cronbach's alpha* pada variabel independen (Kualitas Produk dan Desain Produk) dan dependen (Keputusan Pembelian) mempunyai nilai lebih besar dari 0.60. Dengan demikian indikator variabel kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian terbukti reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur, yaitu apabila dilakukan pengukuran ulang maka data yang didapat akan konsisten dari waktu ke waktu.

Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas
Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Pada grafik normal probability plot diatas terlihat titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

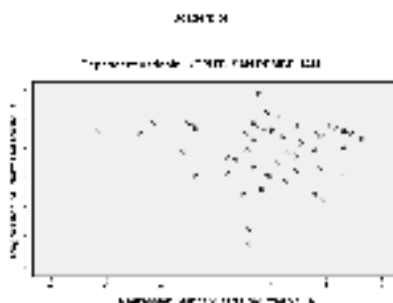
Uji Multikolinearitas
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk (X1)	0.624	1.603	Tidak ada multikolinearitas
Desain Produk (X2)	0.624	1.603	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 3 di atas menunjukkan bahwa semua variabel tidak ada indikasi kolinearitas antar variabel yang artinya semua variabel independen yaitu kualitas produk dan desain produk memiliki nilai toleransi kolinearitas $0.624 > 0.10$ dan nilai VIF $1,603 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen telah lolos dari uji multikolinearitas (tidak mempunyai korelasi yang sangat kuat dengan variabel independen lainnya).

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar 2 diatas, terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

Uji Linearitas

1. Kualitas Produk

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas Disiplin Kerja

Variabel	Deviation From Linearity	Kesimpulan
Keputusan Pembelian (Y)* Kualitas Produk (X1)	0.786	Linier

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 4 diatas, Pada tabel diatas dapat dilihat hasil perhitungan deviation from linearity pada variabel kualitas produk sebesar $0,786 > 0,05$, maka asumsi linieritas pada variabel kualitas produk terpenuhi.

2. Desain Produk

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas Motivasi Kerja

Variabel	Deviation From Linearity	Kesimpulan
Keputusan Pembelian (Y)* Desain Produk (X1)	0.959	Linier

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 5 diatas, Nilai deviation from linearity pada variabel desain produk sebesar $0,959 > 0,05$, maka asumsi linieritas pada variabel desain produk terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda
Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	1.829
Kualitas Produk (X1)	0.241
Desain Produk (X2)	0.293

Sumber: Sumber: Data primer yang diolah, 2019

$$Y = 1.819 + 0.241X_1 + 0.293X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian
 β_1, β_2 = Koefisien Regresi
 X_1 = Kualitas Produk
 X_2 = Desain Produk

Model regresi linier berganda melihat pengaruh secara simultan variabel kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh secara simultan dan parsial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa :

- Jika variabel kualitas produk 1 satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,241 satuan dengan asumsi desain produk konstan.
- Jika variabel desain produk naik 1 satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,293 satuan dengan asumsi kualitas produk konstan.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)
Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square (R^2)	Adjusted R2
0.635	0.403	0.382

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Karena dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel bebas yaitu Kualitas Produk X_1 dan Desain Produk X_2 , maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,382. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kualitas produk dan desain produk sebesar 38,2% sedangkan sisanya 61,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Uji F (Simultan)
Tabel 8. Hasil Uji Simultan

Model	F hitung	Nilai Sig	Kesimpulan
<i>Regression</i>	19,211	0,000	H ₁ diterima

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui adanya pengaruh kualitas produk dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dari tabel tersebut diperoleh Fhitung sebesar 19,211 dan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka, kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di UD HARTANI JAYA.

Uji t (Parsial)
Tabel 9. Hasil Uji Parsial

Model	t hitung	Nilai Sig	Keterangan
-------	----------	-----------	------------

Kualitas Produk (X1)	2,100	0,040	H ₂ diterima
Keputusan Pembelian (Y)			
Desain Produk (X2)	3,318	0,002	H ₃ diterima
Keputusan Pembelian (Y)			

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel 9, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Hipotesis pertama yang diuji dengan uji t yaitu :

H₀: Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

H₁: Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui dari nilai sig variabel kualitas produk 0,040 < 0,05. Maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Hipotesis kedua yang diuji dengan uji t yaitu :

H₀: Desain produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

H₁: Desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh desain produk (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui dari nilai sig variabel desain produk 0,002 < 0,05. Maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh secara Simultan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, , dan desain produk secara simultan terhadap keputusan produk. Berdasarkan hasil analisis data diatas diketahui F hitung sebesar 19,211 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa kualitas produk, dan desain produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD HARTANI JAYA Kota Pasuruan.

Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,38, hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kualitas produk, dan desain produk sebesar 38,2% sedangkan sisanya 61,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Kecilnya nilai *Adjusted R²* terjadi karena terbatasnya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

B. Pengaruh secara Parsial

1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui dari nilai sig variabel kualitas produk 0,040 < 0,05. Maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Hasil analisis data hipotesis pertama, diketahui bahwa nilai t hitung bernilai positif yaitu sebesar 2,100 Hasil statistik uji t untuk kualitas produk diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,040 dan lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama diterima.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani, M. Aulia Rachman dan Mohamad Rizan (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia/JRMSI Vol. 4, No. 2, Tahun 2013) dengan topik Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh desain produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui dari nilai sig variabel desain produk $0,002 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil analisis data hipotesis kedua, diketahui bahwa nilai t hitung bernilai positif yaitu sebesar 3,318 Hasil statistik uji t untuk desain produk diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002 dan lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa desain produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua diterima.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani, M. Aulia Rachman dan Mohamad Rizan (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia/JRMSI Vol. 4, No. 2, Tahun 2013) dengan topik Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di wilayah Jakarta Timur. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
- Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat yakin akan kualitas produk dan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- Desain produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat suka dengan desain produk mebel UD. HARTANI JAYA, sehingga membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk mebel.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

- Untuk mebel pada UD HARTANI NJAYA Kota Pasuruan, dalam meningkatkan desain produk, maka diharapkan menjaga kualitas barang dari segi keawetan, daya tahan dan mempertahankan dalam membuat produk dengan desain yang diinginkan konsumen secara tepat waktu.
- Untuk penelitian selanjutnya, dikarenakan penelitian ini hanya meliputi dua variabel yaitu kualitas produk dan desain produk. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dan mendalami hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel tersebut, atau dapat juga menambahkan variabel yang berkaitan dan belum digunakan oleh penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip. 2000. Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Saidani, Basrah, M. Aulia Rachman dan Mohamad Rizan. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia/JRMSI Vol.4 No.2 Tahun 2013 : Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur