
Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Mutiara Tikar Di Tasikmalaya)

Maulana Tegar Araf

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Perjuangan

E-mail: tegar.arafi09@gmail.com

Article History:

Received: 10 September 2023

Revised: 21 September 2023

Accepted: 23 September 2023

Keywords: Product Design,
Product Quality, Purchase
Decision

Abstract: This study aims to determine the simultaneous and partial effect of product design and product quality on carpet purchasing decisions at Mutiara Tikar Tasikmalaya. The method used in this study is a survey method with a quantitative approach. The population studied was 100 respondents. The data collected is in the form of primary data and secondary data. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis using SPSS version 24 software. The results showed that product design and product quality simultaneously had a significant effect on the purchasing decision of products Mutiara tikar in Tasikmalaya Product Design, partially had a significant effect on product purchasing decisions Mutiara Tikar in Tasikmalaya. Product quality partially has a significant effect on the purchasing decision of Mutiara Tikar carpet products in Tasikmalaya.

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah bisnis, dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang berkualitas maka persaingan akan semakin ketat dalam dunia bisnis yang semakin berkembang ini. Pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Maka dari itu perusahaan harus mampu memasarkan barang atau jasa kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor.

Dunia bisnis sangat beragam, salah satunya bisnis tekstil. Seiring dengan semakin banyak dan bertumbuhnya kebutuhan masyarakat akan tekstil, akan semakin banyak pula perusahaan yang memproduksi produk tekstil. Ini karena peroduk tekstil merupakan salah satu penunjang dekorasi rumah bagi masyarakat. Salah satu produk tekstil yang banyak digunakan oleh masyarakat yaitu karpet. Karpet merupakan salah satu kebutuhan masyarakat. Karpet merupakan barang yang tergolong tahan lama.

Salah satu industri atau perusahaan yang memproduksi karpet di Tasikmalaya yaitu Mutiara Tikar. Mutiara Tikar juga memiliki berbagai jenis produk seperti karpet, tikar anyaman, kesed dan lain-lain. Mutiara Tikar dapat ditemukan di offline store di Jl. Subanagara Kampung Jengjing Kec. Purbaratu Kota Tasikmalaya atau di market place.

LANDASAN TEORI

Desain Produk

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang industri dimana perusahaan tersebut membuat dan menjual produk-produk kebutuhan konsumen, perusahaan harus selalu menyesuaikan desain produk dengan selera dan keinginan konsumen. Pemilihan desain produk dilakukan oleh perusahaan dengan terlebih dahulu melakukan analisis berbagai karakteristik pelanggan dan calon konsumennya. Apabila pemilihan desain produk yang dilakukan telah dianggap sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen yang awalnya hanya melihat dan kemudian merespon dan kemungkinan terjadinya keputusan pembelian. Berikut peneliti paparkan pengertian-pengertian desain produk dari beberapa para ahli : Menurut Kotler dan Keller (2016:66), mendefinisikan bahwa : “Design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and functions to a consumer.” Hal itu berarti desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Menurut Tjiptono (2019:10), menyatakan bahwa : “Desain produk adalah berkaitan dengan bagaimana suatu produk memiliki gaya tersendiri untuk meningkatkan nilai produk tersebut terhadap konsumen akhir”. Sedangkan menurut Budi Harsanto (2017) menyatakan bahwa : “Desain produk adalah rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tak mudah ditiru oleh kompetitor”.

Menurut Kotler dan Keller (2019) menyatakan bahwa : “Good design for companies refers to the ease of manufacture and distribution. As for consumers, good design is for products that are beautiful or good to look at, easy to open, install, use, repair and throw away”, yang artinya bahwa desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik adalah bagi produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah dibuka, di pasang, di gunakan, di perbaiki dan di buang”.

Berdasarkan definisi di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa desain produk adalah suatu komponen yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen serta unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan memiliki perbedaan dibandingkan pesaing akan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian.

Kualitas Produk

Dapat dikatakan bahwa penting bagi perusahaan mengetahui tingkat kualitas yang diinginkan oleh konsumen, karena belum tentu semua produk yang memiliki mutu yang tinggi akan menarik perhatian konsumen. Karena biasanya konsumen akan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan : “Product quality is the ability of an item to produce results that match or even exceed what consumers want”, artinya bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Menurut Budiyanto (2016:490) menyatakan bahwa : “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”. Sedangkan menurut Rusydi (2018:33) kualitas dapat dikatakan sebagai berikut : “Kualitas adalah sebuah ukuran suatu produk dalam mencapai tingkat mutu yang sesuai bagi penggunaannya.” Baik buruknya kualitas barang dapat dihasilkan serta dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan konsumen, disamping harus memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk baik itu produk barang ataupun jasa, berdasarkan tingkat mutu yang

disesuaikan dengan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, kesesuaian, perbaikan serta komponen lainnya yang dibuat untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen.

Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli timbul karena adanya penilaian yang objektif atau dorongan emosi. Tjiptono (2014) juga mengemukakan tentang pengertian dari keputusan pembelian yaitu: “Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian”. Tidak berbeda dengan apa yang diungkapkan Setiadi (Sangadji dan Sopiah 2013) mengemukakan pendapatnya: “Bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya”. Menurut Schiffman dan Kanuk (Sangadji dan Sopiah 2013) “Keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih”. Berdasarkan definisi para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap-tahap pengambilan keputusan dalam membeli dimana konsumen terlihat secara langsung dalam memilih, mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa “Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Adapun menurut Sugiyono (2015) pengertian metode survei adalah : “Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar, dapat menggunakan koefisien determinasi (r^2) atau menggunakan rumus $Kd = r^2 \times 100\%$. Untuk lebih lanjut dapat dilihat dari output SPSS pada Tabel model summary (lampiran 5, halaman 116). Dari Tabel model summary diperoleh angka R square sebesar 0,381. R square dapat juga disebut koefisien determinasi yang berkisar antara 0 sampai 1, dengan catatan semakin besar R square maka akan berpengaruh pada Keputusan Pembelian Mutiara Tikar. Dari perhitungan di dapat R square 0,381 atau 38,1% dimana hal ini berarti Desain Produk dan Kualitas Produk memiliki pengaruh sebesar 38,1% terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar. Semakin bagus Desain Produk dan Kualitas Produk pada Mutiara Tikar maka akan mencapai Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya yaitu $100\% - 38,1\% = 61,9\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti misalnya kualitas pelayanan, harga, promosi.

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar secara simultan dilakukan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 24 (lampiran 5 halaman 116) diperoleh nilai $\text{Sig} (,000) \leq (0,05)$.

Demikian maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Diterimanya hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan bahwa pada tingkat kepercayaan 95% secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan pada Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar.

Pengaruh Desain Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dilakukan Uji t. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 24 (lampiran 5, hal 116). Di peroleh nilai sig (0,003) < alpha (α) (0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Desain Produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya Desain Produk sangat membantu tercapainya Keputusan Pembelian Mutiara Tikar.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dilakukan Uji t. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 24 (lampiran 5, hal 116). Di peroleh nilai sig (0,000) < alpha (α) (0,05) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Kualitas Produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya Kualitas Produk sangat membantu tercapainya Keputusan Pembelian Mutiara Tikar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Desain Produk bagi konsumen Mutiara Tikar berada pada klasifikasi sangat bagus. Kualitas Produk bagi konsumen Mutiara Tikar berada pada klasifikasi cukup bagus. Keputusan Pembelian berdasarkan survei pada konsumen Mutiara Tikar ini bagus.
2. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara simultan Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara simultan pada Mutiara Tikar.
3. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara parsial Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar.
4. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan secara parsial Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mutiara Tikar.

DAFTAR REFERENSI

- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol. 3 No. 2. Juni 2018.
- Duli, Nikolaus. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Deepublish Publisher: Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2014. Manajemen Pemasaran. (Yogyakarta: Andi Offset), Hal 153
- Firmansyah, Burhanuddin dan Harti. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Vol. 1 No. 1 ISSN: 2337-6708.
- Suari, Made Tiya Yogi, Ni Luh Wayan Sayang dan Ni Nyoman Yulianthini. 2019. Pengaruh

Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda.
Jurnal Manajemen Vol. 5 No. 1 P-ISSN : 2476-8682 Maret Tahun 2019.

Wardaya, Yuda. 2015. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Chargecity Clothing Kota Kediri. Skripsi. Universitas Nusantara PGRI : Kediri.