

**ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal)**



TUGAS AKHIR

Oleh :

FINA EKA SEPTIANI

NIM 18030076

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI

POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus UMKM Rumah Sablon
Journa Art Tegal)

Oleh mahasiswa:

Nama : Fina Eka Septiani

NIM : 18030076

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat, karena itu
pembimbing menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh Tugas Akhir.

Tegal, 2 Juli 2021

Pembimbing I,



Anita Karunia, S.E, M.Si

NIPY. 09.015.240

Pembimbing II,



Dewi Sulistyowati, S.E, CAAT

NIPY. 12.013.162

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus UMKM Rumah Sablon
Journa Art Tegal)

Oleh :

Nama : Fina Eka Septiani

NIM : 18030076

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal, 23 Juli 2021

1. Anita Karunia, S.E, M.Si
Pembimbing I



2. Ida Farida, S.E, M.Si, CAAT
Penguji I



3. Hikmatul Maulidah, S.Pd, M. Ak, CAAT
Penguji II



Mengetahui,
Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY. 009.011.062

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “ANANLISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus UMKM Rumah Sablon Journ Art Tegal)”, beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya menanggung segala resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya, atau adanya klaim atas keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 2 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Fina Eka Septiani

18030076

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI**

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal,
yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Fina Eka Septiani


NIM : 18030076

Dengan membangun ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal Hak Bebas Royalti Non Ekseklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal).

Dengan Hak Bebas Royalti Non Ekseklusif Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal berhak menyimpan , mengalih-mediakan/formatkan, mengelolanya, mendistribusikan dan menampilkan/mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademi tanpa perlu meminta izin kepada saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta. Saya bersedia menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Teag, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 2 Juli 2021

Yang membuat pernyataan


Fina Eka Septiani

18030076

HALAMAN MOTTO

- ❖ Jangan menunggu. Takkan pernah ada waktu yang tepat.” - Napoleon Hill
- ❖ Jangan pernah lelah jadi orang baik
- ❖ Tetap jadi orang baik, walaupun tak pernah diperlakukan baik
- ❖ Akan ada kebahagiaan dihari esok dibalik kesusahan dan kesedihan hari ini
- ❖ Berjuanglah sampai hidupmu bisa menjadi inspirasi bagi orang lain

HALAMAN PERSEMBAHAN

Setiap buah pemikiran yang tertuang dalam lembaran Tugas Akhir ini adalah jawaban atas segala do'a yang terpanjatkan kepada Allah SWT, serta merupakan karunia, hidayah, dan inayahnya yang diberikan Allah SWT kepada penulis. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Tarjoyo dan Ibu Rokhati selaku orang tua yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dukungan, serta motivasi baik secara moril maupun materil. Saya bahkan tidak bisa menjelaskan betapa bersyukurya saya memiliki kalian dalam hidup saya.
2. Keluarga yang selalu menginspirasi dan mendoakan sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai.
3. Ibu Anita Karunia, SE, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberi arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini
4. Ibu Dewi Sulistyowati, SE, CAAT sebagai Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini
5. Teman-temanku kelas 6C, terimakasih untuk kebersamaan, kenangan, dan tempat untuk berbagi ilmu
6. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu dan penulis mengucapkan banyak terimakasih.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul “ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal)”.

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, M.PP, selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama .
2. Ibu Yeni Priatna Sari,SE,M.Si,Ak,CA selaku Ka. Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Ibu Anita Karunia, SE, M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberi arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan laporan PKL ini
4. Ibu Dewi Sulistyowati, SE, CAAT sebagai Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan laporan PKL ini.
5. Segenap Dosen dan staff pengajar, khususnya Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.
6. Seluruh Keluarga dan Teman-teman yang memeberikan do'a dan semangat hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
7. Pimpinan Rumah Sablon Journa Art Tegal yang telah memberikan bantuan selama penelitian.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Penulis sangat berharap laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca.

Tegal,,2021

FINA EKA SEPTIANI

18030076

ABSTRAK

Fina Eka Septiani. 2021. *Analisis Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal)*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Anita Karunia, S.E., M.Si; Pembimbing II: Dewi Sulistyowati, S.E, M.Si, CAAT.

Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individual yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan Uji Regresi Linear Berganda. Hasil perhitungan dengan uji F diperoleh hasil F hitung 16,762 dengan F tabel 3,25. Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji T pada variabel desain produk hasil T hitung $(0,530) < T$ tabel $(2,03)$ dan pada variabel kualitas produk hasil T hitung $(3,729) > T$ tabel $(2,03)$. Kesimpulan variabel desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal dan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

Kata Kunci : Desain Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Septiani, Fina Eka. 2021. *Analysis of the Effect of Product Design and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study of MSMEs at Journa Art Tegal Screen Printing House)*. Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Anita Karunia, S.E., M.Si; Co-Advisor: Dewi Sulistyowati, S.E., M.Si., CAAT.

Purchase Decisions is an individually activity that is directly involved in obtaining and using the goods offered. The purpose of this research was to analyze the influence of product design and product quality on purchase decisions (case study of MSMEs at Journa Art Tegal Screen Printing House). The data collection methods were observation, interviews, literature study, and questionnaires. The data was analyzed quantitatively with Multiple Linear Regression. The calculation results with the analysis of F testing obtained by value are F hitung 16,762 with F tabel 3,25. Based on the results of calculations with the T testing on the product design variable T hitung (0,530) < T tabel (2,03) and on the product quality variable T hitung (3,729) > T tabel (2,03). The conclusion is that product design variable have no effect on purchase decisions at the Journa Art Tegal Screen Printing House and product quality variable affect purchase decisions at the Journa Art Tegal Screen Printing House.

Keywords : *Product Design, Product Quality, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Kerangka Berpikir	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pemasaran.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Fungsi Pemasaran Pada Perusahaan.....	11
2.2 Desain Produk	12
2.2.1 Pengertian Desain Produk	12

2.2.2	Parameter Desain Produk.....	13
2.3	Kualitas Produk	15
2.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.3.2	Dimensi Kualitas Produk	15
2.4	Keputusan Pembelian	16
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.4.2	Struktur Keputusan Pembelian.....	17
2.5	Penelitian Terdahulu.....	19
2.6	Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Lokasi Penelitian	26
3.2	Waktu Penelitian	26
3.3	Jenis Data	26
3.4	Sumber Data	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6	Definisi Operasional Variabel	29
3.7	Populasi dan Sampel	31
3.8	Metode Analisis Data	32
3.8.1	Uji Instrumen Peneliti	33
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.8.4	Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
3.1	Hail Penelitian	39
3.1.1	Uji Statistik Deskriptif.....	39
3.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.1.2.1	Uji Validitas	42
3.1.2.2	Uji Reliabilitas	50
3.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.1.3.1	Uji Normalitas.....	52
3.1.3.2	Uji Multikolinearitas	53

3.1.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.1.4	Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.1.4.1	Uji Koefisien Determinasi	55
3.1.4.2	Uji Persamaan Regresi	56
3.1.4.4	Uji F (Secara Simultan).....	58
3.2	Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir	7
-------------------------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Instrumen Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4. 3 Uji Validitas Desain Produk	42
Tabel 4. 4 Uji Validitas Kualitas Produk	45
Tabel 4. 5 Uji Validitas Keputusan Pembelian	47
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Desain Produk.....	50
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	50
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Persamaan Regresi.....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Secara Parsial).....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Secara Simultan)	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman globalisasi ini banyak sekali kemajuan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang. Kemajuan teknologi dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari.

Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh produsen.

Tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk dan jasa yang ditawarkan semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing dipasar.

Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Kondisi persaingan yang

ketat membuat konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus menerus.

Kotler and Armstrong (dalam Fachrurrozi Siregar, 2017)^[1] menyatakan “ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya yaitu ada desain produk dan kualitas produk”. Desain produk adalah proses mendesain pada model dan fungsi dari produk tersebut sehingga memiliki suatu karakteristik yang khas. Dibanding dengan model, desain adalah konsep yang lebih luas. Sedangkan model secara sederhana menjelaskan bentuk luar dari suatu produk.

Selain desain produk yang menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Kualitas produk sendiri yaitu merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Desain produk dan kualitas produk menjadi penentu dalam keputusan pembelian. Keputusan pembelian sendiri yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

Rumah Sablon Journa Art Tegal yang merupakan salah satu UMKM yang didirikan oleh Bapak Muhammad Syafrul Aji dan istrinya yang bernama Esa Wati. Perusahaan ini bergerak di bidang percetakan sablon

yang berdiri sejak tahun 2015 hingga saat ini. Rumah Sablon Journa Art Tegal bertempat di Jl. Projosumarto 2 Setu – Tarub – Tegal.

Setiap harinya UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal memproduksi berbagai macam desain sablon sesuai dengan pesanan pelanggan. UMKM tersebut juga memproduksi kaos sablon yang didesain sendiri untuk dijual secara langsung. Sasaran konsumen UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal yaitu anak-anak sekolah, komunitas, karyawan perusahaan, dan karyawan toko.

UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal mengalami penjualan yang tidak stabil. Penjualan yang tidak stabil dikarenakan adanya persaingan dengan pelaku usaha yang sejenis. Rumah Sablon Journa Art Tegal juga perlu mengembangkan desain dari suatu produk dan kualitas produk yang dihasilkan untuk menghadapi persaingan.

Oleh karena itu, Rumah Sablon Journa Art Tegal berupaya agar pelanggannya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut pada kelebihan suatu produk yang dihasilkan guna meningkatkan keputusan pembelian suatu produk. Dengan terus memberikan kualitas produk yang lebih unggul dari pasaran walaupun kompetitif harga relatif lebih mahal bukan lagi masalah bagi pelanggan Rumah Sablon Journa Art Tegal karena memberikan kualitas produk yang baik dan memuaskan bagi pelanggannya.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“ANALISIS**

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus UMKM
Rumah Sablon Journa Art Tegal).**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian di Journa Art Tegal?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Journa Art Tegal?
3. Bagaimana pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Journa Art Tegal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian di Journa Art Tegal.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Journa Art Tegal.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Journa Art Tegal.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Ilmiah

a. Bagi Peneliti

Digunakan sebagai langkah awal bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan berupa teori-teori dibidang manajemen pemasaran yang didapat dibangku perkuliahan, khususnya berkaitan dengan masalah yang menjadi objek penelitian dan penerapannya di lapangan.

b. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan bacaan khusus untuk mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan upaya meningkatkan keunggulan bersaing. Selain itu dapat menjadi sumber informasi yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai referensi atau masukan bagi mahasiswa dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau masukan bagi UMKM dalam memberikan kualitas desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Masyarakat

Menambah wawasan mengenai teori-teori di bidang manajemen sumber daya manusia (MSDM).

1.5 Batasan Masalah

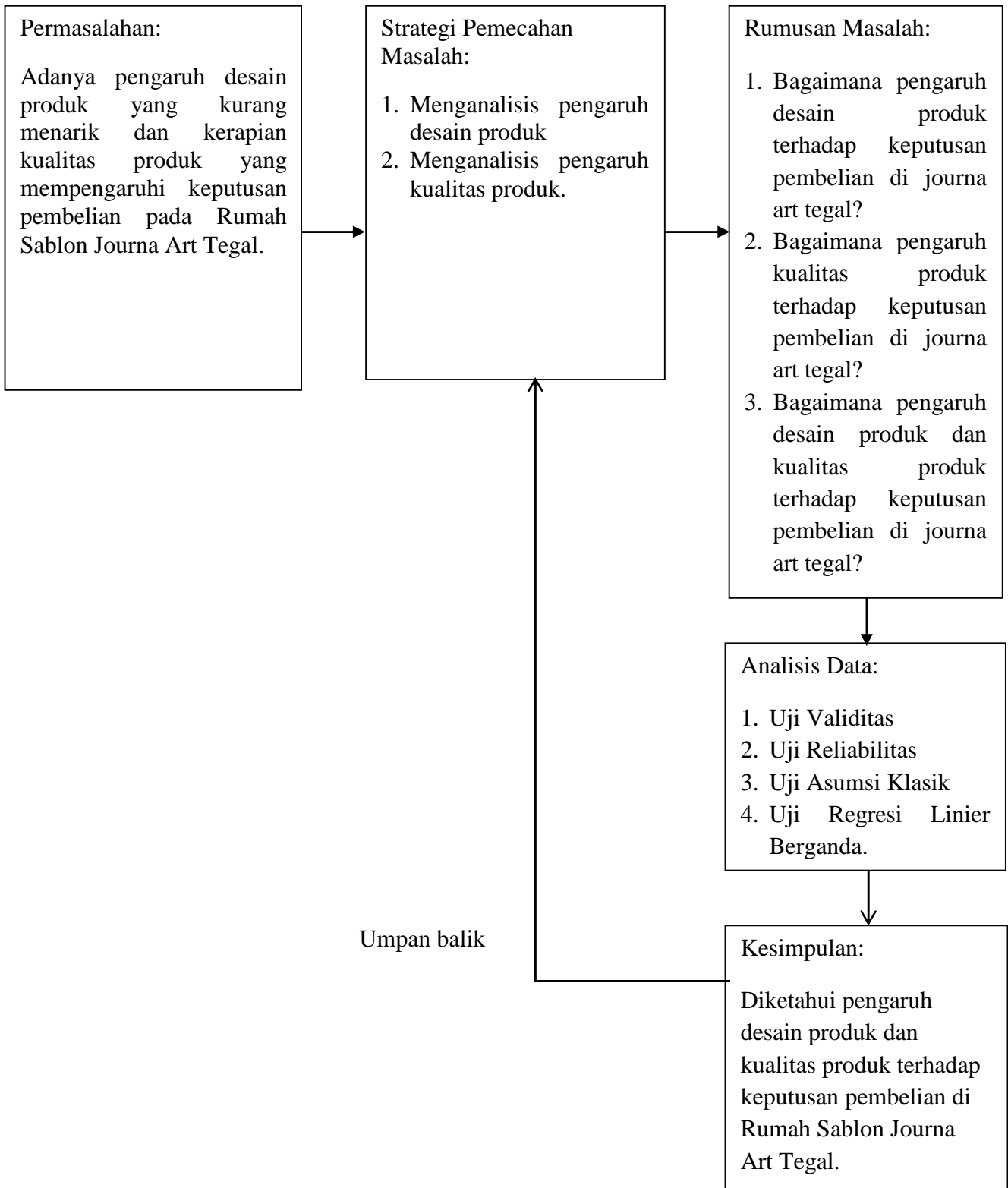
Permasalahan yang akan dibatasi dalam penyusunan penelitian ini yaitu variabel yang diteliti terdiri dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini

adalah desain produk dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Objek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli produk pada UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal.

1.6 Kerangka Berpikir

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan penulis ditemukan suatu permasalahan yaitu adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal, seperti desain produk dan kualitas produk. Untuk memecahkan masalah ini maka penelitian perlu dilakukan dengan variabel desain produk dan kualitas produk dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Regresi Linier Berganda. Setelah dilakukan penelitian terdapat hasil bahwa diketahui pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

Berdasarkan penjelasan di atas, adapun kerangka konsep dalam penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara tepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi halaman judu, halaman persetujuan, halaman pengesahan, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang tinjauan singkat atau pustaka yang mendasari dan mendukung pokok-pokok bahasan yang digunakan dalam menyelesaikan masalah dalam

penelitian, yang diambil dan akan dijadikan tinjauan dalam penyusunan Tugas Akhir.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tinjauan umum instansi, seperti sejarah singkat instansi, profil instansi, struktur organisasi, tugas dan wewenang/*job description*, laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau instansi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Secara sederhana, definisi pemasaran lebih diidentikan dengan proses pengenalan produk atau jasa kepada konsumen yang berpotensi. Aspek-aspek untuk pemasaran ini meliputi periklanan, *public relation*, promosi dan penjualan. Dalam perusahaan, tujuan utama dari pemasaran adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan (Wibowo, 2019)^[2]

2.1.2 Fungsi Pemasaran Pada Perusahaan

Setelah memahami pengertian dari pemasaran, tentunya kita juga harus mengetahui apa saja fungsi pemasaran pada perusahaan adalah sebagai berikut ini : (Wibowo, 2019)^[2]

1. Fungsi Pertukaran

Dengan adanya pemasaran maka konsumen dapat mengetahui dan membeli sebuah produk yang dijual oleh produsen, baik dengan

menukar produk dengan uang ataupun menukar produk dengan produk, produk tersebut bisa digunakan untuk sendiri ataupun dijual kembali untuk mendapatkan laba.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Proses pemasaran juga dapat dalam bentuk fisik terhadap sebuah produk, dimana distribusi dilakukan dengan cara menyimpan atau mengangkut produk tersebut. Proses pengangkutan bisa melalui darat, air, dan udara. Sedangkan kegiatan penyimpanan produk berjalan dengan cara menjaga pasokan produk agar tersedia ketika dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Aktivitas penyampaian produk dari produsen ke konsumen dilakukan melalui perantara marketing/pemasaran yang menghubungkan kegiatan pertukaran dengan distribusi fisik. Pada proses aktivitas perantara terjadi kegiatan pembiayaan, pencarian informasi, klasifikasi produk, dan lain-lain.

2.2 Desain Produk

2.2.1 Pengertian Desain Produk

Desain merupakan suatu proses, yang dapat dikatakan telah seumur dengan keberadaan manusia di bumi. Hal ini sering tidak kita sadari. Akibatnya, sebagian dari kita berpendapat seolah-olah desain baru dikenal sejak jaman modern dan merupakan bagian dari kehidupan modern. Dalam kehidupan sehari-hari kata desain sering

diartikan sebagai sebuah perancangan , rencana atau gagasan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dikatakan bahwa desain sepadan dengan kata perancangan. Namun demikian, kata merancang/rancang atau rancang bangun yang sering disepadankan dengan kata desain ini nampaknya belum dapat mengartikan desain secara lebih luas.

Ada beberapa definisi mutu yang masing-masing memberikan definisi yang berbeda, ditinjau dari dasar pendefinisannya. Adapun definisi mutu yang cukup populer ada 5 jenis (Ma'arif dan Hendri, 2003)^[3], yaitu :

1. Menurut *American Society for Quality Control (ASQC)*, mutu adalah karakteristik produk dan *feature* yang memenuhi kepuasan pelanggan.
2. Menurut Webster dalam kamusnya, mutu adalah tingkat atau derajat kehebatan suatu benda.
3. Berdasarkan pengguna, mutu adalah apa yang dikatakan konsumen.
4. Berdasarkan manufaktur, mutu adalah derajat kecocokan produk dengan spesifikasi desain.
5. Berdasarkan produk, mutu adalah tingkat karakteristik produk yang diukur.

2.2.2 Parameter Desain Produk

Menurut (Ma'arif dan Hendri, 2003)^[3] menyatakan bahwa ada 6 parameter dalam desain produk sebagai berikut :

1. Ciri-ciri

Ciri-ciri adalah karakteristik yang mendukung fungsi dasar dari suatu produk. Sebagai besar produk dapat ditawarkan dengan beberapa ciri-ciri. Ciri-ciri produk merupakan alat kompetitif untuk produk perusahaan yang terdiferensiasi.

2. Mutu Kesesuaian

Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan.

3. Tahan Lama (*Durability*)

Daya tahan merupakan ukuran waktu operasi yang diharapkan dari suatu produk tertentu.

4. Tahan Uji (*Reliability*)

Reliabilitas merupakan ukuran kemungkinan bahwa produk tidak akan berfungsi salah atau rusak dalam satu periode waktu tertentu.

5. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

Kemudahan perbaikan adalah salah satu ukuran kemudahan dalam melakukan perbaikan suatu produk yang mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan-kerusakan.

6. Model (*Style*)

Model menggambarkan seberapa jauh suatu produk tampak dan berkenan bagi konsumen. Model memberikan keunggulan ciri kekhususan suatu produk yang akan sulit untuk ditiru.

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Luthfia, 2012)^[4]. Kualitas produk merupakan salah satu alat yang digunakan oleh para pemasar untuk menentukan *positioning* produknya di pasar. Setiap perusahaan harus memilih tingkat kualitas produk yang dihasilkannya sehingga akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan *positioning* produk itu dalam pasar sasarannya. Sedangkan menurut (Lopiyoadi, 2008)^[5], kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

2.3.2 Dimensi Kualitas Produk

Menurut (Tjiptono, 2008)^[6] menyatakan bahwa ada 8 dimensi produk yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewahan tambahan (*Features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
5. Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. Estetika (*Aesthetica*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.
8. Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan.

2.4 Keputusan Pembelian

2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Kotler and Armstrong (dalam Pratiwi, 2019)^[7] keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individual yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan

kejadian berikut ini: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian, sehingga jelas bahwa pemasar perlu fokus pada seluruh proses pengambilan keputusan (Sunarto, 2013)^[8].

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat di definisikan sebagai perilaku yang diambil oleh konsumen dari beberapa alternatif pilihan melalui tahap pada keputusan pembelian, sehingga didapat keputusan yang sesuai.

2.4.2 Struktur Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah persepsi konsumen tentang merek yang dipilih. Swastha dan Handoko (dalam Pratiwi, 2019)^[7] menyatakan bahwa setiap keputusan mencakup beberapa komponen, antara lain:

1. Keputusan tentang jenis produk, perusahaan harus memusatkan perhatiannya pada kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk sehingga dapat memaksimalkan daya tariknya.
2. Keputusan tentang bentuk produk, keputusan mencakup kriteria dan atribut-atribut yang terdapat dalam produk yang akan dibelinya.
3. Keputusan tentang merek, konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibelinya, keputusan tentang merek

ini sangatlah subjektif tergantung dari selera dan keinginan konsumen.

4. Keputusan tentang agen penjualnya, konsumen harus menentukan tempat dimana akan membeli produk tersebut, perusahaan harus mengetahui dimana konsumen akan memilih agen-agen penjualan yang dipilihnya dan tentunya juga didukung oleh citra baik dari agen-agen tersebut.
5. Keputusan tentang jumlah produk, pembelian mungkin dilakukan melebihi satu unit, konsumen akan menentukan seberapa banyak akan membeli produk tersebut dan perusahaan harus menyediakan produk dalam jumlah yang cukup sesuai dengan kebutuhan konsumen.
6. Keputusan tentang waktu pembelian, konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan suatu produk akan dibeli yang dipengaruhi oleh waktu dan bagaimana konsumen dalam memperoleh dan membelanjakan uang yang dimilikinya.
7. Keputusan tentang cara pembayaran, konsumen harus mengambil metode atau cara pembayaran produk yang akan dibeli, apakah secara cash atau transfer.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1	Bayu Januar Rachman, Suryono Budi Santoso (2015) ^[9]	Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang)	1. Desain Produk 2. Promosi 3. Kemantapan Keputusan Pembelian	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemantapan keputusan pembelian. Sedangkan variabel

					promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemantapan keputusan pembelian.
2	Fachrurrozi Siregar (2017) ^[1]	Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Sepatu Tasya Jaya)	1. Promosi 2. Desain Produk 3. Kualitas Produk 4. Keputusan Pembelian	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

					keputusan pembelian.
3	Muhammad Rafli Hidayah (2017) ^[10]	Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Sport Yamaha 150CC Di Kabupaten Klaten	1. Desain Produk 2. Promosi 3. Keputusan Pembelian	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain produk dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Motor Sport Yamaha 150CC di Kabupaten

					Klaten.
4	Daniel Reven, Augusty Tae Ferdinand (2017) ^[11]	Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)	1. Desain Produk 2. Kualitas Produk 3. Harga Kompetitif 4. Citra Merek Keputusan Pembelian	Metode Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk, kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5	Hesti Bella Pratiwi (2019) ^[7]	Pengaruh Kualitas Produk,	1. Kualitas Produk 2. Lokasi	Metode Analisis Regresi	Hasil penelitian menunjukkan

	Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tahu Bakso Ikan Kakap Bu Ning Semarang Indah Semarang)	3. Promosi 4. Keputusan Pembelian	Linier Berganda	bahwa variabel kualitas produk, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
--	--	--------------------------------------	-----------------	--

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris (Sugiyono, 2012:64)^[12]. Adapun hipotesis yang diajukan dan diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal

Desain produk yang disesuaikan dengan keinginan dan harapan konsumen/pelanggan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunanya. Ini berarti bahwa jika desain produk telah baik dimata konsumen maka akan memberikan dampak yang positif pada keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, menemukan hubungan antara desain produk terhadap keputusan pembelian yang dilihat dari pengaruh pada desain seperti model, gaya yang menarik, variasi bahan, dan *up to date* atau mengikuti trend yang sedang minati masyarakat.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuremah (2009)^[13] menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kesatu (H1) yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 = Desain produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal

Dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen, produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas. Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Kualitas produk pada sebuah produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan

transaksi. Dalam penelitian ini, menemukan hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang dilihat dari pengaruh pada variasi bahan baku dan kerapian suatu produk.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurriwati (2010)^[14] menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua (H2) yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 = Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal

Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Pengaruh desain produk dan kualitas produk merupakan suatu yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis ketiga (H3) yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 = Desain Produk dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat pada usaha RUMAH SABLON JOURNA ART yang beralamat di Jl. Projosumarto 2 Setu – Tarub – Tegal.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung dari bulan Februari sampai Juni 2021.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data kualitatif

Data kualitatif menurut Suliyanto (2011:134)^[15] yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif pada penelitian ini adalah wawancara pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

2. Data kuantitatif

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2011:135)^[15] yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer menurut Suliyanto (2011:131)^[15], yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data ini seperti melakukan kuesioner yang telah dibuat sebelumnya untuk memperoleh data pendapat dari pelanggan rumah sablon journa art Tegal.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Suliyanto (2011:132)^[15], yaitu data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Dalam hal ini data sekunder yang diperoleh seperti mengumpulkan dokumentasi, mencari buku referensi dan informasi lain yang hubungannya dengan penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut ini :

1. Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2011:137)^[15], yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan Tugas Akhir.

2. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2012:145)^[12], yaitu teknik

pengamatan langsung pada obyek peneliti dengan tujuan agar dapat melihat secara langsung aktivitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan sikap yang diperlihatkan para satuan kerja pada saat penerimaan pelayanan dari pelanggan Rumah Sablon Journa Art Tegal.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka menurut Sugiyono (2012:291)^[12], merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dapat menunjang dalam penyusunan Tugas Akhir.

4. Kuesioner

Kuesioner yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis maupun dalam bentuk google formulir kepada responden tentang tanggapannya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha Rumah Sablon Journa Art Tegal. Bentuk pertanyaan merupakan kombinasi pilihan berganda yang berpedoman kepada skala *likert*.

Dalam pengajuan kuesioner, peneliti menggunakan skala *likert* dengan interval 1 sampai dengan 5 dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Instrumen Skala *Likert*

No	Jawaban	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	KS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:59)^[12], variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha Rumah Sablon Journa Art Tegal. Variabel penelitian dari peneliti yang akan diteliti adalah keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y), dan desain produk (X_1), serta kulaitas produk (X_2) sebagai variabel independen (X).

1. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler and Armstrong (dalam Fachrureozi Siregar, 2017)^[1] Keputusan Pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen didalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk.

Didalam membeli atau memakai suatu produk tertentu untuk pengambilan suatu keputusan, konsumen akan melalui suatu proses dimana proses tersebut merupakan gambaran dari bagaimana konsumen menganalisis berbagai macam input untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Indikator terkait keputusan pembelian, yaitu:

1. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek.
2. Kemantapan pada sebuah produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
4. Melakukan pembelian ulang.

2. Desain Produk (X_1)

Menurut Azany (2014:45)^[16], desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar semakin mudah dalam menggunakan suatu produk. Indikator terkait desain produk, yaitu :

1. Variasi desain, desain yang ditawarkan mempunyai banyak ragam atau pilihan.
2. Model terbaru, model atau desain akan berganti bentuk, ukuran dan warna sesuai waktu yang telah ditentukan.
3. Desain mengikuti trend, model atau desain produk mengikuti perkembangan zaman mulai dari warna, bentuk, dan ukuran.

3. Kualitas Produk (X_2)

Menurut Budiyo (2016:490)^[17], kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Indikator terkait kualitas produk, yaitu :

1. Keawetan, suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran masa pakai atau daya tahan suatu barang.
2. Keandalan, sesuatu yang berkaitan dengan kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan.
3. Kesesuaian produk, sesuatu yang berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang sudah ditetapkan sebelumnya.
4. Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki, sesuatu karakteristik yang berkaitan dengan kemudahan dan akurasi dalam pemberi layanan untuk diperbaiki barang.

3.7 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016)^[18] adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah konsumen Rumah Sablon Journa Art Tegal.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin

mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016)^[18].

Roscoe (dalam Sugiyono, 2016)^[18], menyebutkan beberapa saran terkait ukuran sampel dalam penelitian, sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka sampel dalam penelitian ini minimalnya sebanyak 30 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu dengan pertimbangan tertentu.

Penelitian ini menetapkan beberapa kriteria sampel sebagai berikut :

1. Orang yang pernah membeli produk Rumah Sablon Journa Art Tegal.
2. Konsumen berumur minimal 15 tahun, karena sudah dianggap paham untuk menjawab kuesioner yang diajukan.

3.8 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini perhitungan menggunakan program SPSS (*Statistic Program for Social Science*) atau program Statistika untuk Ilmu-ilmu sosial versi 22. Adapun metode analisis data yang digunakan yaitu sebagai berikut :

3.8.1 Uji Instrumen Peneliti

1. Uji Validitas

Menurut Priyatno (2014:51)^[19] uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat sebuah pernyataan dalam kuesioner yang akan ditanyakan kepada responden. Penghitungan uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode Korelasi Pearson dengan melihat nilai signifikansi yang terdapat pada tabel, apabila nilai signifikansi menunjukkan angka $< 0,05$ maka item pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, tetapi jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut priyatno (2014:64)^[19] uji reliabilitas digunakan untuk “Mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner”. Dengan demikian, cara menghitung reliabilitas adalah dengan menghitung koefisiensi reliabilitas Cronbach’s Alpha. Jika nilai Cronbach’s Alpha $> 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dapat dipercaya.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Didalam uji asumsi klasik terdapat tiga jenis pengujian, antara lain :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan terdistribusi secara normal, Priyatno

(2014:145)^[19]. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normal Kolomongorov-Smirnov, dimana apabila sig 2-tailed pada Kolomongorov-Smirnov $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna (Priyatno, 2014:164)^[19]. Adanya kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Dapat disimpulkan bahwa jika nilai VIF yang dihasilkan diantara 1-10, maka tidak terjadi multikolineritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni (2016:232)^[20], Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya variance residual suatu periode pengamatan ke pengamatan yang lain. Pola uji yang digunakan oleh peneliti yaitu *park-test*, jika masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen mengalami homokedastisitas atau tidak terjadi gejala heterokedastisitas dan dapat dikatakan asumsi terpenuhi.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel tidak bebas (Y). Untuk melihat hubungan antara variabel digunakan rumus regresi berganda (Sugiyono, 2014:275)^[22].

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Desain Produk

X₂ = Kualitas Produk

a = Nilai Konstanta

b₁ b₂ = Koefisien Regresi X₁ X₂

e = Eror

3.8.4 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Menurut Priyatno (2014:161)^[19] Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

H_{01} : Desain Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

H_{a1} : Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

H_{02} : Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

H_{a2} : Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara yaitu :

1. Dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}
 - a. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ Alpha = 5%
 - b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ Alpha = 5%
 2. Dengan berdasarkan angka signifikansi
 - a. H_0 diterima jika angka signifikansi $> 0,05$
 - b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika angka signifikansi $< 0,05$
2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2014:142)^[19] Uji F dalam penelitian ini mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terkait yang dilakukan dengan menggunakan uji F_{tes} yaitu dengan cara membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah :

H_{03} : Desain Produk dan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

H_{a3} : Desain Produk dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara yaitu :

1. Dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}
 - a. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ Alpha = 5%.
 - b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ Alpha = 5%.
2. Dengan berdasarkan angka probabilitasnya
 - a. H_0 diterima jika angka probabilitasnya $> 0,05$.
 - b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika probabilitasnya $< 0,05$.
3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Ada dua pilihan dalam menggunakan *R Square* atau *Adjusted R Square*, menyatakan untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square* karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, dimana jika variabel independen satu maka menggunakan *R Square* dan jika lebih dari satu menggunakan *Adjusted R Square*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

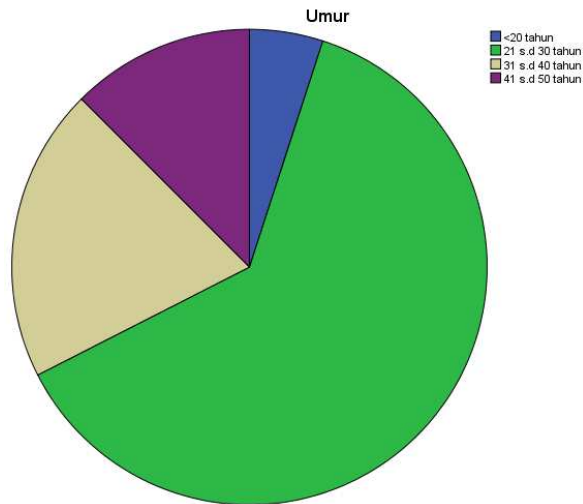
3.1.1 Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Umur

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 tahun	2	3,8	5,0	5,0
21 s.d 30 tahun	25	47,2	62,5	67,5
31 s.d 40 tahun	8	15,1	20,0	87,5
41 s.d 50 tahun	5	9,4	12,5	100,0
Total	40	75,5	100,0	
Missing System	13	24,5		
Total	53	100,0		

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)



Sumber : hasil pengolahan data (SPSS,2021)

Dari data diatas diketahui bahwa pelanggan yang berusia <20 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 5%, usia 20 s.d 30 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 62,5%, usia 31 s.d 40 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 20%, usia 41 s.d 50 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 12,5%, usia >50 tahun sebanyak 0 orang dengan persentase 0%.

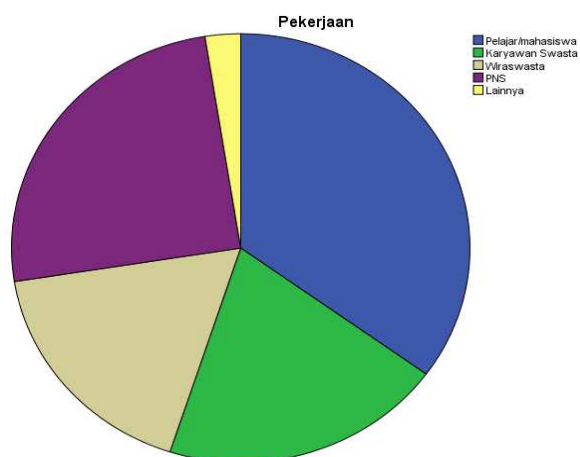
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/mahasiswa	14	26,4	35,0	35,0
Karyawan Swasta	8	15,1	20,0	55,0
Wiraswasta	7	13,2	17,5	72,5

PNS	10	18,9	25,0	97,5
Lainnya	1	1,9	2,5	100,0
Total	40	75,5	100,0	
System				
Missi	13	24,5		
ng				
Total	53	100,0		

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)



Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Dari data tersebut diketahui bahwa pelanggan yang berstatus Pelajar/mahasiswa sebanyak 14 orang dengan persentase 35%, berstatus karyawan swasta sebanyak 8 orang dengan persentase 20%, berstatus wiraswasta sebanyak 7 orang dengan persentase 17,5%, berstatus PNS sebanyak 10 orang dengan persentase 25%, berstatus lainnya sebanyak 1 orang dengan persentase 2,5%. Terlihat bahwa responden yang mengikuti penelitian ini sebagian besar adalah

berstatus pelajar/mahasiswa yaitu 14 orang dari total jumlah responden atau sebesar 35%.

3.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.1.2.1 Uji Validitas

Tabel 4. 3 Uji Validitas Desain Produk

Correlations

		Desain _Produ k_1	Desain _Produ k_2	Desain _Produ k_3	Desain _Produ k_4	Desain _Produ k_5	Desain _Produ k_6	Total_ Desain _Produ k
Desain_Pro duk_1	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	1 40	,582** 40	,598** 40	,759** 40	,756** 40	,620** 40	,895** 40
Desain_Pro duk_2	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,582** 40	1 40	,457** 40	,557** 40	,607** 40	,534** 40	,759** 40

Desain_Pro duk_3	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,598** ,000 40	,457** ,003 40	1 40	,619** ,000 40	,395* ,012 40	,390* ,013 40	,710** ,000 40
Desain_Pro duk_4	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,759** ,000 40	,557** ,000 40	,619** ,000 40	1 40	,628** ,000 40	,623** ,000 40	,870** ,000 40
Desain_Pro duk_5	Pearson Correlatio n Sig. (2- tailed) N	,756** ,000 40	,607** ,000 40	,395* ,012 40	,628** ,000 40	1 40	,651** ,000 40	,840** ,000 40
Desain_Pro duk_6	Pearson Correlatio n	,620**	,534**	,390*	,623**	,651**	1	,777**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,013	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Total_Desa	Pearson						
in_Produk	Correlation	,895**	,759**	,710**	,870**	,840**	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Uji validitas menggunakan Pearson Correlation dapat diketahui dengan mengukur tingkat signifikan dari hasil korelasi setiap indikator dengan total indikator, apabila nilai sig. < 0,05% maka variabel tersebut valid. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing indikator (pertanyaan) yaitu desain produk 1 – 6 terhadap total desain produk menunjukkan nilai sig (2-tailed) atau nilai signifikan seluruh indikator lebih kecil dari alpha 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator (pertanyaan) adalah **valid**.

Tabel 4. 4 Uji Validitas Kualitas Produk

Correlations

	Kualitas _Produk _1	Kualitas _Produk _2	Kualitas _Produk _3	Kualitas _Produk _4	Kualitas _Produk _5	Total_K ualitas_ Produk
Kualitas_Pro duk_1 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1 ,614** ,000 40	,614** ,000 40	,588** ,000 40	,253 ,115 40	,453** ,003 40	,751** ,000 40
Kualitas_Pro duk_2 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,614** ,000 40	1 ,000 40	,399* ,011 40	,395* ,012 40	,516** ,001 40	,777** ,000 40
Kualitas_Pro duk_3 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,588** ,000 40	,399* ,011 40	1 ,000 40	,431** ,005 40	,547** ,000 40	,775** ,000 40
Kualitas_Pro duk_4 Pearson Correlation	,253	,395* ,431**	,431** 1	1 ,510**	,510**	,661**

	Sig. (2-tailed)	,115	,012	,005		,001	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Kualitas_Produk_5	Pearson Correlation	,453**	,516**	,547**	,510**	1	,826**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,000	,001		,000
	N	40	40	40	40	40	40
Total_Kualitas_Produk	Pearson Correlation	,751**	,777**	,775**	,661**	,826**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Uji validitas menggunakan Pearson Correlation dapat diketahui dengan mengukur tingkat signifikan dari hasil korelasi setiap indikator dengan total indikator, apabila nilai sig. < 0,05% maka variabel tersebut valid. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing indikator (pertanyaan) yaitu kualitas produk 1 – 5 terhadap total kualitas produk menunjukkan nilai sig (2-tailed) atau nilai signifikan seluruh indikator lebih kecil

3	Keputusan_ Pembelian_ Pearson Correlation	,635**	,307	1	,752**	,666**	,816**	,526**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,054		,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
4	Keputusan_ Pembelian_ Pearson Correlation	,436**	,288	,752**	1	,492**	,765**	,599**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,005	,071	,000		,001	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
5	Keputusan_ Pembelian_ Pearson Correlation	,102	,142	,666**	,492**	1	,589**	,361*	,630**
	Sig. (2-tailed)	,532	,383	,000	,001		,000	,022	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
6	Keputusan_ Pembelian_ Pearson Correlation	,303	,202	,816**	,765**	,589**	1	,628**	,819**

	Sig. (2-tailed)	,058	,211	,000	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Keputusan_7	Pembelian_ Pearson Correlation	,256	,619**	,526**	,599**	,361*	,628**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,111	,000	,000	,000	,022	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Total_Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	,564**	,608**	,881**	,823**	,630**	,819**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Uji validitas menggunakan Pearson Correlation dapat diketahui dengan mengukur tingkat signifikan dari hasil korelasi setiap indikator dengan total indikator, apabila nilai sig. < 0,05% maka variabel tersebut valid. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing indikator (pertanyaan) yaitu keputusan pembelian 1 – 7 terhadap total keputusan pembelian

menunjukkan nilai sig (2-tailed) atau nilai signifikan seluruh indikator lebih kecil dari alpha 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator (pertanyaan) adalah **valid**.

3.1.2.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Desain Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,894	,894	6

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha (α) yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha $> 0,60$. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,894 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel desain produk dalam penelitian ini adalah **reliabel**.

Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,812	,816	5

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha (α) yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha $> 0,60$. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,812 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dalam penelitian ini adalah **reliabel**.

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,850	,860	7

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha (α) yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha $> 0,60$. Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,850 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah **reliabel**.

3.1.3 Uji Asumsi Klasik

3.1.3.1 Uji Normalitas

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97402153
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,070
	Negative	-,106
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Uji Normalitas menggunakan statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan melihat nilai sig > 0,05 data terdistribusi normal. Berdasarkan hasil analisis uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test

menunjukkan nilai **Asymp. Sig (2-tailed)** sebesar **0,200 > alpha 0,05** yang berarti data terdistribusi normal.

3.1.3.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,325	3,084		3,348	,002		
Total_Desain_Produk	,078	,147	,089	,530	,599	,506	1,976
Total_Kualitas_Produk	,815	,219	,624	3,729	,001	,506	1,976

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Berdasarkan hasil analisis TOL dan VIF menunjukkan nilai tolerance $0,506 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,976 < 10$ yang berarti regresi **tidak terkena gejala Multikolinearitas**.

3.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,501	1,831		3,004	,005
	Total_Desain_Produk	,038	,087	,094	,433	,668
	Total_Kualitas_Produk	-,247	,130	-,412	-1,903	,065

a. Dependent Variable: abres

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Berdasarkan hasil analisis uji Glejser menunjukkan nilai sig variabel desain produk sebesar $0,668 > \alpha 0,05$ dan nilai sig variabel kualitas produk sebesar $0,065 > \alpha 0,05$ yang berarti model regresi **tidak terkena gejala heteroskedastisitas.**

3.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

3.1.4.1 Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 ^a	,475	,447	2,110

a. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Produk, Total_Desain_Produk

b. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi diatas menunjukkan nilai koefisien determinasi yang telah terkoreksi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel (Adjusted R²) sebesar 0,447 menunjukkan bahwa desain produk dan kualitas produk dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 44,7% sedangkan sisanya sebesar 55,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.

3.1.4.2 Uji Persamaan Regresi

Tabel 4. 13 Hasil Uji Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,325	3,084		3,348	,002
	Total_Desain_Produk	,078	,147	,089	,530	,599
	Total_Kualitas_Produk	,815	,219	,624	3,729	,001

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

Berdasarkan hasil Uji Persamaan Regresi diatas menunjukkan bahwa :

$$Y = 10,325 + 0,078 + 0,815 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 10,325 yang menunjukkan bahwa jika desain produk dan kualitas produk sebesar 0 satuan maka keputusan pembelian produk Rumah Sablon Journa Art Tegal sebesar 10,325 satuan.
2. Nilai koefisien regresi 0,078 menunjukkan bahwa setiap peningkatan desain produk sebesar 1 satuan dapat menyebabkan kenaikan keputusan pembelian produk Rumah Sablon Journa Art Tegal sebesar 0,078 satuan.
3. Nilai koefisien regresi 0,815 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan dapat menyebabkan kenaikan keputusan pembelian produk Rumah Sablon Journa Art Tegal sebesar 0,815 satuan.

3.1.4.3 Uji t (Secara Parsial)

Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Secara Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,325	3,084		3,348	,002
Total_Desain_Produk	,078	,147	,089	,530	,599
Total_Kualitas_Produk	,815	,219	,624	3,729	,001

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

1. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}

Cara mencari t_{tabel} : $df = n - k = 40 - 3 = 37$

$(\alpha) = 5\% = 0,05$

Sehingga nilai $df = 37$ dan $\alpha = 0,05$ maka t_{tabel} sebesar $= 2,03$

- a. Nilai t_{hitung} pada variabel desain produk sebesar $0,530 < t_{tabel}$ sebesar $2,03$ maka hasil penelitian ini menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini bisa saja dikarenakan ada pengaruh desain produk lain yang terjadi di luar operasi, sehingga t_{hitung} pada variabel desain produk tersebut lebih kecil dari t_{tabel} . Dengan demikian disimpulkan bahwa desain produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

- b. Nilai t_{hitung} pada variabel kualitas produk sebesar $3,729 > t_{tabel}$ sebesar 2,03 maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian.
2. Dengan cara menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%)
- a. Nilai sig variabel desain produk sebesar 0,599 lebih besar dari nilai alpha 0,05 (tingkat signifikansi 95%) sehingga menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian karena nilai alpha 0,05 lebih kecil dari nilai sig. Hal ini bisa saja dikarenakan ada pengaruh desain produk lain yang terjadi di luar operasi, sehingga nilai sig lebih besar dari nilai alpha 0,05. Dengan demikian disimpulkan bahwa desain produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- b. Nilai sig variabel kualitas produk sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 (tingkat signifikansi 95%) sehingga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian.

3.1.4.4 Uji F (Secara Simultan)

Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Secara Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,213	2	74,607	16,762	,000 ^b
	Residual	164,687	37	4,451		
	Total	313,900	39			

- a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Produk, Total_Desain_Produk

Sumber : hasil pengolahan data (SPSS, 2021)

1. Dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}

Cara mencari F_{tabel} : $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$

$df_2 = n - k = 40 - 3 = 37$

$(\alpha) = 5\% = 0,05$

Sehingga nilai $df_1 = 2$, $df_2 = 37$ dan $\alpha = 0,05$

Maka F_{tabel} sebesar = 3,25

Berdasarkan hasil uji f dengan melihat nilai F_{hitung} maka dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar $16,762 > F_{tabel}$ sebesar 3,25 maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.

2. Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%)

Nilai sig pada uji F yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ maka menunjukkan terdapat pengaruh desain produk dan kualitas produk simultan terhadap keputusan pembelian.

3.2 Pembahasan

Bedasarkan hasil penelitian, maka pembahasan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

3.2.1 Pengaruh Desain Produk terhadap keputusan Pembelian produk Rumah Sablon Journa Art Tegal

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,599 > 0,05$ yang artinya bahwa desain produk tidak berpengaruh

terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung dengan fakta di lapangan bahwa responden menemukan desain produk yang sama pada produk kompetitor, desain produk yang kurang menjanjikan, dan desain yang selalu mengikuti trend sehingga desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Januar Rachman dan Suryono Budi Santoso (2015)^[4] yang berjudul “Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Kemantapan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pada Costumer Distro Jelly Roger Semarang)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel desain produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemantapan keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek.

3.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk pada Rumah Sablon Journa Art Tegal

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$ yang artinya bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena fakta di lapangan menyatakan bahwa kualitas produk yang ada di journa art memuaskan, rapi, menjanjikan, dan dapat dipakai dalam jangka panjang sehingga kualitas produk berpengaruh parsial dan signifikan

terhadap keputusan pembelian produk pada Rumah Sablon Journa Art Tegal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Bella Pratiwi (2019)^[7] yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tahu Bakso Ikan Kakap Bu Ning Semarang Indah Semarang)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian Tahu Bakso Ikan Kakap Bu Ning Semarang Indah Semarang.

3.2.3 Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk pada Rumah Sablon Journa Art Tegal

Hasil pengujian diperoleh dari sig. Pada uji F sebesar 0,000 kurang dari alpha 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada Rumah Sablon Journa Art Tegal. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap pengaruh-pengaruh tersebut maka keputusan pembelian produk pada Rumah Sablon Journa Art Tegal semakin tinggi.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fachrurrozi Siregar (2017)^[1] yang berjudul “Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Sepatu Tasya Jaya)”. Hasil uji simultan (Uji F) dari

penelitian tersebut menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan seluruh faktor terhadap keputusan pembelian produk toko sepatu tasya jaya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Rumah Sablon Journa Art Tegal. Hal ini Pada uji t sebesar 0,599 yang berarti signifikan lebih besar dari alpha 0,05.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Rumah Sablon Journa Art Tegal. Hal ini Pada uji t sebesar 0,001 yang berarti signifikan lebih kecil dari alpha 0,05.
3. Variabel desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama atau serentak berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian produk Rumah Sablon Journa Art Tegal. Hal ini ditunjukkan pada uji F sebesar 0,000 yang berarti signifikannya lebih kecil dari 0,005.

5.2 Saran

Adapun saran untuk Rumah Sablon Journa Art Tegal yang penulis ajukan adalah sebagai berikut :

a. Saran untuk Rumah Sablon Journa Art Tegal

1. Sebaiknya desain produk pada Rumah Sablon Journa Art dibuat lebih unik dan memiliki ciri khusus agar berbeda dengan produk kompetitor sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian

2. Rumah Sablon Journa Art hendaknya memperhatikan kualitas produk dan kerapian suatu produk yang akan diterima oleh pelanggan, sehingga keputusan pembelian produk pada Rumah Sablon Journa Art akan semakin meningkat.

b. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, menambah jumlah sampel dalam penelitian, serta dapat mengembangkan variabel yang sudah ada dalam penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat lebih bervariasi, misalnya variabel harga, promosi, dan lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fachrurrozi Siregar. (2017). *Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Sepatu Tasya Jaya)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- [2] Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.
- [3] Ma'arif, Syamsul. M, Tanjung Hendri. (2013). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Penerbit PT. Grasindo
- [4] Luthfia Widha Emil. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffe Shop Kofishop Tembalang*, Hal. 19. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [5] Lupiyoadi, Hamdani. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [7] Pratiwi, Hesti Bella. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tahu Bakso Ikan Kakap Bu Ning Semarang Indah Semarang)*. Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang.
- [8] Sunarto. (2013). *Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian XI Mobile Data Service*. Manado: Emba.
- [9] Rachman, B, J. & Santoso, S, B. (2014). *Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi pada Customer Distro Jelly Roger Semarang)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- [10] Hidayah, Muhammad Rafli. (2017). *Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Sport Yamaha 150cc di Kabupaten Klaten (Studi Kasus pada Komunitas Motor Sport Yamaha 150cc Se-Kabupaten Klaten)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negri Yogyakarta.

- [11] Reven, D. & Ferdinand, A, T. (2017). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)*. *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 152 – 164.
- [12] Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Nuremah, Siti. (2009). *Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Nurul Collection*. Tasikmalaya: In Media.
- [14] Kuriwati, Nirma. (2010). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal. Jurnal Riset Bisnis*, Vol 4(1).
- [15] Suliyanto. (2011). *Ekonomika Terapan Teori Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [16] Azany, F. (2014). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio*, hal 1 – 77.
- [17] Budiyanto, T. (2016). *Strategi Promosi, Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda*, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (4), 488 – 500.
- [18] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- [20] Sujarweni, V. Wiratna. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [21] Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [22] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner

KUISIONER PENELITIAN
ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal)

Saya mahasiswi Politeknik Harapan Bersama Tegal, dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Fina Eka Septiani
NIM : 18030076
Jurusan : Akuntansi

Bermaksud melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus UMKM Rumah Sablon Journa Art Tegal), kemudian dari hasil jawaban tersebut akan dianalisis dan disimpulkan.

Saya memohon kepada Saudara untuk bersedia mengisi angket ini sesuai dengan hati nurani Saudara sendiri, demi kelancaran tugas yang diberikan kepada saya.

Demikian atas kerja samanya, tak lupa saya ucapkan terimakasih.

Peneliti

(Fina Eka Septiani)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk : Isilah Identitas Anda dengan benar

Nama :

Pekerjaan :

Umur :

B. PETUNJUK UMUM KUESIONER

- a. Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan sikap saudara dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.
- b. Saudara dapat memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban **STS**, **TS**, **KS**, **S**, dan **SS** pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan :

STS	(Sangat Tidak Setuju)	= 1
TS	(Tidak Setuju)	= 2
KS	(Kurang Setuju)	= 3
S	(Setuju)	= 4
SS	(Sangat Setuju)	= 5

Tidak ada jawaban yang benar atau salah, sehingga memungkinkan Anda untuk secara bebas memilih alternatif jawaban sesuai dengan harapan atau pandangan dan pengalaman yang Anda rasakan selama menjadi Konsumen.

C. DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk : Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda chec list (V) pada alternatif jawaban yang telah disediakan.

NO	Variabel	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Desain Produk						
1	Desain produk yang ada di journa art tidak saya temukan pada produk lain					
2	Desain produk journa art sesuai dengan yang dijanjikan					
3	Desain produk journa art mengikuti trend					
4	Desain produk journa art tidak pasaran					
5	Desain produk journa art memiliki ciri khusus di setiap modelnya					
6	Desain produk journa art simple					
Kualitas Produk						
7	Saya membeli di journa art karena kualitas produknya memuaskan					
8	Saya membeli di journa art karena kualitas produknya rapi					
9	Saya membeli di journa art karena kualitas produknya sesuai dengan yang dijanjikan					
10	Saya membeli di journa art karena tidak akan rusak sebelum digunakan					
11	Saya membeli di journa art karena kualitas produknya dapat dipakai dalam jangka panjang					
Keputusan Pembelian						

12	Saya membeli di journa art karena sesuai dengan kebutuhan saya					
13	Saya mengetahui journa art dari iklan sosial media/kerabat/tetangga dan saya tertarik untuk membelinya					
14	Saya membeli di journa art karena saya pernah mencobanya dan cocok dengan kebutuhan saya					
15	Saya membeli di journa art karena desain produknya membuat saya tertarik dan ingin memilikinya					
16	Saya membeli produk journa art karena rekomendasi dari kerabat saya yang sudah menggunakan					
17	Saya membeli produk journa art kemudian membeli kembali					
18	Setelah saya membeli produk journa art saya sangat puas dan akan saya rekomendasikan ke kerabat saya					

2. Lampiran Hasil dan Jawaban Responden

1. Identitas Responden

Keterangan :

c. Umur

1 = <20 tahun

2 = 20 s.d 30 tahun

3 = 31 s.d 40 tahun

4 = 41 s.d 50 tahun

5 = >50 tahun

b. Pekerjaan

1 = Pelajar/mahasiswa

2 = Karyawan Swasta

3 = Wiraswasta

4 = PNS

5 = Lainnya

No	Nama	Umur	Pekerjaan
1	Firliana	2	1
2	Via Fitri Sari	2	1
3	Ketrine	2	1
4	Reno Aji	2	4
5	Amar	1	1
6	Husni akbar	3	4
7	Mufidul	2	4
8	Rokhati	3	2
9	Rafli Dwi	1	1
10	Sudibyو	4	4
11	Tarjoyo	4	3
12	Faijais	3	4

13	Agung	2	4
14	Nureni	4	4
15	Wahyudin	3	2
16	Ika	2	2
17	Rofiq	2	1
18	Astria Arimbi	2	1
19	Etika Indah Lestari	2	1
20	Kiki	2	1
21	Ela	3	2
22	Faiz	2	1
23	Hendra	2	3
24	Lukhi	3	3
25	Efendi	2	3
26	Dimas	2	1
27	Ambar	2	2
28	Yusak	3	2
29	Diyon	2	1
30	Subur	4	4
31	Yuda	3	4
32	Slamet	4	4
33	Dwi agung	2	2
34	Dinda	2	1

35	Yusril	2	1
36	Fahri Agil	2	5
37	Fikri	2	3
38	Putra	2	3
39	Ozi	2	2
40	Fadil	2	3

2. Jawaban Kuesioner

No	Desain Produk (X1)						Total	No	Kualitas Produk (X2)					Total
	1	2	3	4	5	6			1	2	3	4	5	
1	3	4	4	3	3	3	20	1	4	4	4	4	3	19
2	4	5	4	5	4	5	27	2	5	4	5	4	5	23
3	4	4	4	4	4	5	25	3	4	5	4	5	4	22
4	4	5	4	4	5	4	26	4	5	5	4	4	5	23
5	4	4	4	4	5	5	26	5	4	4	4	4	5	21
6	4	4	4	4	5	5	26	6	5	5	4	4	5	23
7	5	4	5	5	4	5	28	7	4	4	4	4	5	21
8	4	5	4	4	5	5	27	8	4	5	4	4	5	22
9	5	5	4	4	5	5	28	9	4	4	4	4	5	21
10	5	5	5	5	5	5	30	10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	4	5	4	5	27	11	5	4	5	4	5	23
12	5	5	5	5	5	5	30	12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	4	5	5	4	28	13	4	5	4	4	5	22

14	4	4	4	4	4	4	24	14	4	4	4	4	4	20
15	3	4	4	3	3	4	21	15	4	4	3	4	4	19
16	3	3	3	3	3	4	19	16	4	4	3	4	3	18
17	4	3	3	3	4	4	21	17	4	4	3	3	3	17
18	4	4	5	4	4	4	25	18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	4	4	3	3	20	19	4	4	3	3	4	18
20	3	4	4	3	3	4	21	20	4	4	3	4	3	18
21	3	4	3	3	3	4	20	21	4	4	4	4	4	20
22	3	4	4	3	3	4	21	22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	4	24	23	4	4	4	4	4	20
24	3	3	3	3	3	4	19	24	4	4	4	4	4	20
25	3	4	4	3	3	4	21	25	4	3	4	3	3	17
26	3	4	3	3	4	4	21	26	4	3	4	4	4	19
27	3	4	4	3	4	4	22	27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	5	25	28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	5	5	26	29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	4	24	30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	3	3	4	4	22	31	4	3	3	4	4	18
32	4	4	3	3	4	4	22	32	3	3	3	4	4	17
33	4	4	5	3	4	4	24	33	5	5	4	3	3	20
34	3	3	3	3	3	3	18	34	3	3	3	3	3	15
35	4	4	4	3	3	4	22	35	4	4	4	3	4	19

15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	5	3	3	3	3	4	25
19	4	3	3	4	4	3	3	24
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	5	4	4	4	4	5	30
24	4	5	4	4	4	4	5	30
25	4	5	4	4	4	4	5	30
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	5	4	4	4	4	5	30
29	4	5	4	4	4	4	5	30
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	5	4	4	4	4	5	30
32	4	5	4	4	4	4	5	30
33	5	5	3	3	2	2	3	23
34	3	3	3	3	3	3	3	21
35	4	3	4	4	3	4	3	25
36	4	5	4	4	4	4	4	29

37	3	4	3	3	4	3	3	23
38	3	4	3	3	4	3	3	23
39	3	4	3	3	4	3	4	24
40	3	4	3	3	4	3	3	23

3. Lampiran Output SPSS

1. Uji Statistika Deskriptif

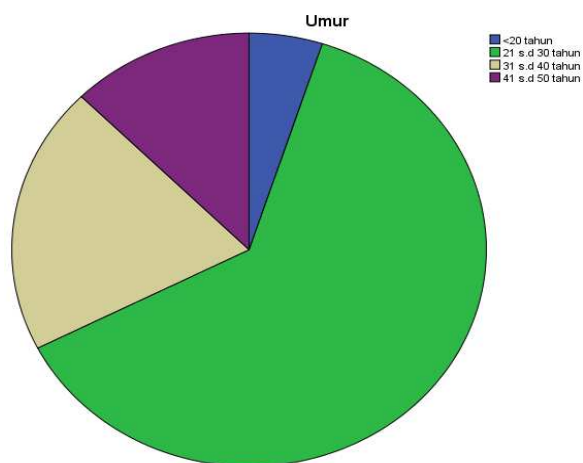
Statistics

		Umur	Pekerjaan
N	Valid	40	40
	Missing	13	13
Mean		2,40	2,40
Median		2,00	2,00
Mode		2	1
Std. Deviation		,778	1,277
Variance		,605	1,631
Range		3	4
Minimum		1	1
Maximum		4	5
Sum		96	96

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 tahun	2	3,8	5,0	5,0
	21 s.d 30 tahun	25	47,2	62,5	67,5

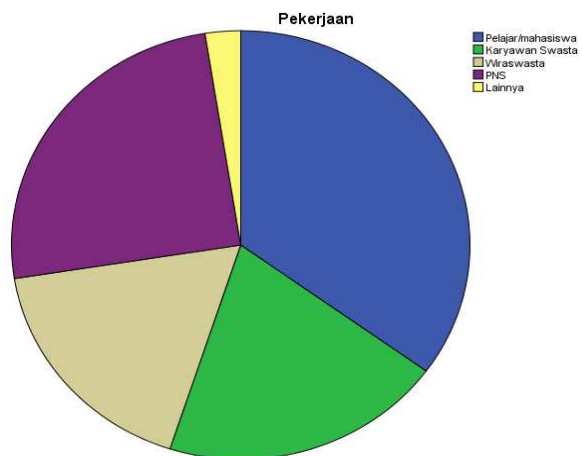
31 s.d 40 tahun	8	15,1	20,0	87,5
41 s.d 50 tahun	5	9,4	12,5	100,0
Total	40	75,5	100,0	
Missing System	13	24,5		
Total	53	100,0		



Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/mahasiswa	14	26,4	35,0	35,0
Karyawan Swasta	8	15,1	20,0	55,0
Wiraswasta	7	13,2	17,5	72,5
PNS	10	18,9	25,0	97,5
Lainnya	1	1,9	2,5	100,0
Total	40	75,5	100,0	

System				
Missi ng	13	24,5		
Total	53	100,0		



2. Uji Validitas

a. Variabel Desain Produk

Correlations

	Desai n_Pro duk_ 1	Desai n_Pro duk_ 2	Desai n_Pro duk_ 3	Desai n_Pro duk_ 4	Desai n_Pro duk_ 5	Desai n_Pro duk_ 6	Total _Des ain_P roduk
Desain_P roduk_1 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	1	,582** ,000	,598** ,000	,759** ,000	,756** ,000	,620** ,000	,895** ,000
	40	40	40	40	40	40	40

Desain_P roduk_2	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,582** ,000 40	1 40	,457** ,003 40	,557** ,000 40	,607** ,000 40	,534** ,000 40	,759** ,000 40
Desain_P roduk_3	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,598** ,000 40	,457** ,003 40	1 40	,619** ,000 40	,395* ,012 40	,390* ,013 40	,710** ,000 40
Desain_P roduk_4	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,759** ,000 40	,557** ,000 40	,619** ,000 40	1 40	,628** ,000 40	,623** ,000 40	,870** ,000 40
Desain_P roduk_5	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,756** ,000 40	,607** ,000 40	,395* ,012 40	,628** ,000 40	1 40	,651** ,000 40	,840** ,000 40
Desain_P roduk_6	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,620** ,000 40	,534** ,000 40	,390* ,013 40	,623** ,000 40	,651** ,000 40	1 40	,777** ,000 40

Total_De sain_Pro duk	Pearson Correlati on	,895**	,759**	,710**	,870**	,840**	,777**	1
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Variabel Kualitas Produk

Correlations

	Kualitas _Produk _1	Kualitas _Produk _2	Kualitas _Produk _3	Kualitas _Produk _4	Kualitas _Produk _5	Total_K ualitas_ Produk	
Kualitas_Pro duk_1	Pearson Correlation	1	,614**	,588**	,253	,453**	,751**
	Sig. (2- tailed)		,000	,000	,115	,003	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Kualitas_Pro duk_2	Pearson Correlation	,614**	1	,399*	,395*	,516**	,777**
	Sig. (2- tailed)	,000		,011	,012	,001	,000
	N	40	40	40	40	40	40
Kualitas_Pro duk_3	Pearson Correlation	,588**	,399*	1	,431**	,547**	,775**
	Sig. (2- tailed)	,000	,011		,005	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40

Kualitas_Pro duk_4	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,253 ,115 40	,395* ,012 40	,431** ,005 40	1 40	,510** ,001 40	,661** ,000 40
Kualitas_Pro duk_5	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,453** ,003 40	,516** ,001 40	,547** ,000 40	,510** ,001 40	1 40	,826** ,000 40
Total_Kualit as_Produk	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,751** ,000 40	,777** ,000 40	,775** ,000 40	,661** ,000 40	,826** ,000 40	1 40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

	Keput usan_ Pembe lian_1	Keput usan_ Pembe lian_2	Keput usan_ Pembe lian_3	Keput usan_ Pembe lian_4	Keput usan_ Pembe lian_5	Keput usan_ Pembe lian_6	Keput usan_ Pembe lian_7	Total_ Keput usan_ Pembe lian
Keputusan_ Pembelian_ 1	1	,340* ,032	,635** ,000	,436** ,005	,102 ,532	,303 ,058	,256 ,111	,564** ,000

	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Keputusan_ Pembelian_2	Pearson Correlation	,340*	1	,307	,288	,142	,202	,619**	,608**
	Sig. (2-tailed)	,032		,054	,071	,383	,211	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Keputusan_ Pembelian_3	Pearson Correlation	,635**	,307	1	,752**	,666**	,816**	,526**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,054		,000	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Keputusan_ Pembelian_4	Pearson Correlation	,436**	,288	,752**	1	,492**	,765**	,599**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,005	,071	,000		,001	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Keputusan_ Pembelian_5	Pearson Correlation	,102	,142	,666**	,492**	1	,589**	,361*	,630**
	Sig. (2-tailed)	,532	,383	,000	,001		,000	,022	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Keputusan_ Pembelian_6	Pearson Correlation	,303	,202	,816**	,765**	,589**	1	,628**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,058	,211	,000	,000	,000		,000	,000

N	40	40	40	40	40	40	40	40
Keputusan_7 Pembelian_7	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,256 ,111 40	,619** ,000 40	,526** ,000 40	,599** ,000 40	,361* ,022 40	,628** ,000 40	1 ,819** 40
Total_Kepu- tusan_Pemb- elian	Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,564** ,000 40	,608** ,000 40	,881** ,000 40	,823** ,000 40	,630** ,000 40	,819** ,000 40	1 ,819** 40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Reliabilitas

a. Variabel Desain Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based Standardized Items	Alpha on N of Items
,894	,894	6

b. Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based Standardized Items	Alpha on N of Items

,812	,816	5
------	------	---

c. Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,850	,860	7

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97402153
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,070
	Negative	-,106
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,325	3,084		3,348	,002		
	Total_Desain_Produk	,078	,147	,089	,530	,599	,506	1,976
	Total_Kualitas_Produk	,815	,219	,624	3,729	,001	,506	1,976

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,501	1,831		3,004	,005
	Total_Desain_Produk	,038	,087	,094	,433	,668
	Total_Kualitas_Produk	-,247	,130	-,412	-1,903	,065

a. Dependent Variable: abres

d. Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,09171
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	16
Z	-1,442
Asymp. Sig. (2-tailed)	,149

a. Median

5. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 ^a	,475	,447	2,110

a. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Produk, Total_Desain_Produk

b. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

b. Uji t (Secara Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	10,325	3,084		3,348	,002
	Total_Desain_P roduk	,078	,147	,089	,530	,599
	Total_Kualitas_ Produk	,815	,219	,624	3,729	,001

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

c. Uji F (Secara Simultan)

ANOVA^a













Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,213	2	74,607	16,762	,000 ^b
	Residual	164,687	37	4,451		
	Total	313,900	39			

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian



b. Predictors: (Constant), Total_Kualitas_Produk, Total_Desain_Produk

4. Lampiran Buku Bimbingan Tugas Akhir

a. Dosen Pembimbing 1





No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
1.		Pengekuan Surat Efisiensi membimbing	
2.		pengajuan judul TA	
3.	9/4-2021	Bimbingan proposal 1	
4.	15/4 -2021	Mengirim Revisian proposal 1	
5.	28/4 - 2021	Revisi proposal 2 : - populasi dan sampel - hipotesis	
6.	29/4 - 2021	Mengirim Revisi proposal 2	
7.	30/4 - 2021	ACC proposal tugas Akhir	
8.	20/5 - 2021	Bimbingan tugas Akhir 1	
9.	27/5 - 2021	Bimbingan hasil Olah Data SPSS	
10.	8/6 - 2021	ACC hasil Olah Data SPSS	
11.	17/6 - 2021	Bimbingan Tugas Akhir 2	
12.	21/6 - 2021	Bimbingan Tugas Akhir 3	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
13.	29/6 - 2021	Bimbingan Tugas Akhir 1	
14.	26/6 - 2021	ACC Tugas Akhir	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

b. Dosen Pembimbing 2

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
1.	21/5 - 2021	Revisi proposal penulisan	   
2.	28/5 - 2021	ACC PROPOSAL TUGAS AKHIR	
3.	28/6 - 2021	Bimbingan Tugas Akhir	
4.	30/6 - 2021	ACC Tugas Akhir	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)