

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN DESAIN PROSES TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA UD. METO DI KABUPATEN NIAS BARAT

By SERIUS WARUWU

1
PENGARUH DESAIN PRODUK DAN DESAIN PROSES
30
TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA UD.METO
DI KABUPATEN NIAS BARAT

SKRIPSI



Oleh:

SERIOUS WARUWU
NIM. 2319458

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NIAS
2024

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dan industri memberikan pengaruh signifikan terhadap kehidupan manusia, terutama dalam dunia usaha saat ini. Munculnya berbagai bisnis, baik skala kecil maupun besar, menyebabkan persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan, baik yang bergerak di bidang yang sama maupun berbeda. Oleh karena itu, perancangan produksi menjadi salah satu upaya penting dalam menghadapi persaingan, mengembangkan bisnis, dan meraih keuntungan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus menghadirkan produk yang unggul dan mampu memenuhi selera konsumen yang terus berubah. Maka, sangat penting bagi perusahaan untuk memahami keinginan konsumen yang terus berkembang dengan mengidentifikasi kebutuhan mereka. Kualitas produk yang dihasilkan dan ditawarkan oleh perusahaan sangat menentukan keberhasilan dalam memenuhi harapan konsumen.

Pentingnya memahami keinginan konsumen agar menjadi perhatian perusahaan berbagai industri salah satunya yaitu industri *furniture*. Hal ini disebabkan oleh semakin tingginya minat individu terhadap desain peralatan rumah tangga, terutama dalam masyarakat yang berkembang pesat. Perkembangan ini tercermin dari desain yang terus mengikuti kemajuan teknologi dan tren terkini, seperti desain minimalis yang dirancang dan diproduksi untuk memenuhi kebutuhan perumahan dan berbagai tempat lainnya.

Saat ini, dalam industri properti, persaingan bisnis sedang meningkat dan perusahaan berupaya mencari keuntungan dengan menciptakan desain menarik yang sesuai dengan tren yang disukai masyarakat. Persaingan antara perusahaan sejenis mendorong mereka untuk menjaga konsumen tetap loyal dan menarik lebih banyak lagi. Permintaan yang tinggi dari konsumen akan produk yang segar juga mendorong perusahaan, khususnya di industri

properti, untuk berinovasi dan menciptakan desain baru agar tetap relevan dan tidak ketinggalan zaman.

Desain produk dan proses yang sudah ada juga perlu terus dijaga dan ditingkatkan karena hal ini merupakan cerminan identitas perusahaan. Upaya untuk menjaga desain agar tetap unggul dan menjadi nomor satu sangat penting untuk menjaga citra positif perusahaan di mata konsumen. Dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang cepat, persaingan antar pelaku bisnis semakin ketat. Perusahaan harus selalu berinovasi dan menerapkan strategi yang tepat untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Kecamatan Lahomi dan sekitarnya memiliki potensi besar untuk melahirkan perusahaan yang menghasilkan produk inovatif dan berkualitas tinggi, menarik minat konsumen. Salah satu contohnya adalah perusahaan manufaktur di bidang konstruksi yang telah dikenal luas di berbagai kalangan. Untuk mempertahankan posisinya di tengah persaingan global, perusahaan ini harus terus meningkatkan kualitas produknya. Desain produk yang dihasilkan sangat dipengaruhi oleh seluruh proses produksi, dari awal hingga akhir.

Menjaga desain produk harus menjadi prioritas utama untuk menjaga citra positif perusahaan di mata konsumen. Desain produk merupakan cerminan dari hasil produksi. Semakin baik modelnya dan semakin banyak digunakan oleh masyarakat, semakin positif pula persepsi terhadap perusahaan.

Adapun fenomena masalah yang muncul di lokasi penelitian adalah 1) Munculnya *trend* dan gaya perabot masa kini, secara ergonomis yang dibuat dengan mempertimbangkan kenyamanan, efisiensi dan minimalis yang mengedepankan kesederhanaan namun elegan yang banyak diminati para pelanggan. Fenomena ini mendorong UD. Meto berupaya mencari solusi bagaimana desain produk dan desain proses perabot yang dapat mengikuti harapan dan keinginan pelanggan dan tidak beralih ke perusahaan lain yang sejenis, 2) Kurangnya variasi pemilihan warna, ukuran, atau gaya produk sehingga mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan terhadap produk perabot

tersebut sehingga pelanggan beralih ke perusahaan lain. Fenomena ini mendorong UD. Meto untuk merancang desain produk dan desain proses perabot agar memiliki estetika dan variasi yang menarik sehingga pelanggan merasakan kepuasan terhadap produk yang berkualitas, 3) Kurangnya perencanaan produk perabot sehingga tidak memberikan kenyamanan, suasana kehangatan dan santai serta tidak memberikan daya tarik bagi pelanggan karena tidak sesuai dengan keinginan pelanggan. Fenomena ini mendorong agar desain perabot yang dibuat dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan

Penting untuk memahami pengaruh desain dan proses desain terhadap kualitas produk perabot karena desain memiliki dampak besar pada persepsi konsumen, kenyamanan penggunaan, dan nilai estetika suatu produk. Desain juga memainkan peran kunci dalam menciptakan daya tarik visual suatu produk. Konsumen sering kali tertarik pada produk yang memiliki desain menarik dan estetika yang memikat. Desain yang baik dapat membuat produk lebih menonjol diantara pesaing dan menarik perhatian konsumen potensial.

Desain dapat mempengaruhi persepsi terhadap daya tahan dan keterjangkauan produk. Desain yang ramah lingkungan atau menggunakan bahan yang tahan lama dapat meningkatkan nilai produk dalam pandangan konsumen. Dengan memahami pengaruh desain terhadap kualitas produk, perusahaan dapat merancang produk perabot yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional konsumen, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui aspek estetika, kenyamanan, dan diferensiasi dari pesaing.

Berdasarkan fenomena masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti di atas dan bagaimana pengaruh desain tersebut terhadap kualitas produk perabot di lokasi penelitian, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang desain produk dan desain proses pengaruhnya terhadap kualitas produk, sehingga peneliti ingin melakukan pengkajian secara ilmiah dengan memilih judul penelitian, sebagai berikut: **“Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari konteks masalah yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan yang terkait dengan penelitian ini. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Munculnya produk yang lebih *trend* sehingga pelanggan beralih ke perusahaan lain untuk mendapatkan keinginannya.
2. Kurangnya estetika dan variasi pilihan produk sehingga mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan.
3. Kurangnya perencanaan produk dalam memenuhi sehingga tidak sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mencapai efektivitas penelitian dan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya, dan kemampuan peneliti, pembatasan masalah dalam pembahasan usulan penelitian ini sangat diperlukan.

Zuriah (2015: 26) menyatakan bahwa pembatasan masalah diperlukan untuk menjaga fokus penelitian agar tetap terarah dan tidak melenceng dari inti permasalahan yang telah ditetapkan. Hal ini membantu peneliti untuk lebih fokus mencapai tujuan penelitian”.

Untuk menjaga agar penelitian ini tetap terfokus dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, serta mempermudah dalam proses pembahasan, perlu dilakukan pembatasan masalah. Oleh karena itu, penelitian ini hanya akan membahas mengenai Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

1.4 Rumusan Masalah

Masalah merupakan perbedaan atau kesenjangan antara hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang terjadi. Dengan mengetahui permasalahan, maka tindakan yang diambil tepat dan tidak menyimpang dari persoalan yang terjadi.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh desain produk terhadap kualitas produk pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat?
2. Apakah ada pengaruh desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat?
3. Seberapa besar pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pada pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh desain produk terhadap kualitas produk pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat.

1.6 Manfaat Penelitian

Disamping adanya tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini, maka ada juga beberapa manfaat dari pelaksanaan penelitian ini yaitu baik kepada peneliti, lembaga maupun kepada lokasi penelitian dengan uraian di bawah ini:

1. Bagi Peneliti

Untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman peneliti tentang perbandingan antara kondisi objektif di lapangan dan teori-teori yang telah dipelajari, perlu adanya pemahaman mengenai kesenjangan antara teori dan penerapan praktis yang sebenarnya.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Sebagai bahan penambah referensi hasil-hasil penelitian, terutama mahasiswa.

3. Bagi Lokasi Penelitian

Sebagai referensi dalam merumuskan kebijakan, khususnya terkait dengan pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menjadi sumber referensi bagi pihak-pihak yang akan melanjutkan penelitian, khususnya terkait dengan pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

1.7 Defenisi Operasional

Definisi operasional merujuk pada memberikan arti atau spesifikasi terhadap suatu variabel atau konsep dengan cara menetapkan kegiatan atau operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel atau konsep tersebut. Menurut Sugiyono (2019) definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel atau dengan kata lain semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variable.

Berdasarkan masalah yang diteliti, maka dalam penelitian ini peneliti menjabarkan defenisi operasional sebagai berikut:

1. Desain produk adalah proses merancang gaya dan fungsi suatu produk dengan tujuan menciptakan produk yang menarik, mudah digunakan, aman, serta terjangkau untuk digunakan dan perawatannya. Selain itu, desain juga harus sederhana dan ekonomis dalam hal pembuatan dan distribusi.
2. Desain proses adalah model dari metode yang digunakan dalam kegiatan produksi. Proses ini mencakup aspek-aspek seperti bentuk, kualitas, bahan-bahan yang digunakan, dan jenis produksi itu sendiri.
3. Kualitas produk mencakup semua karakteristik dan atribut dari suatu produk atau layanan yang menentukan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Produk

16

2.1.1 Pengertian Desain Produk

Menurut Kotler dan Keller (2019: 332), desain adalah keseluruhan fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Desain menawarkan tiga aspek utama:

1. Fungsi
2. Estetika
3. Daya tarik

Menurut Kotler dan Keller, desain yang baik bagi perusahaan berkaitan dengan kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sementara bagi konsumen, desain yang baik adalah produk yang menarik secara visual, serta mudah untuk dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang.

Menurut Azany (2020: 45), desain produk dapat dianggap sebagai upaya untuk meningkatkan atau menyederhanakan produk. Peningkatan melibatkan penambahan fungsi dan kegunaan produk, sementara penyederhanaan bertujuan untuk membuat produk lebih mudah digunakan.

Menurut Stanton (2020), desain produk adalah salah satu aspek penting dalam membentuk citra produk. Perusahaan semakin menyadari nilai pemasaran dari desain produk, khususnya desain penampilannya. Dua faktor utama dalam desain produk adalah warna dan kualitas produk. Pemilihan warna yang tepat dapat memberikan keuntungan tambahan dalam pemasaran. Ketepatan manajemen dalam memilih warna yang sesuai dan menentukan waktu yang tepat untuk mengganti warna produk dapat memberikan keuntungan lebih bagi perusahaan jika warna dimanfaatkan secara maksimal. Warna yang tepat dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Hal yang

sama berlaku untuk memastikan bahwa ⁵⁰ citra kualitas produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Para eksekutif pemasaran harus dapat membuat keputusan yang tepat mengenai kualitas produk, sehingga produk tersebut dapat memenuhi ¹⁵ tingkat kualitas yang sesuai dengan fungsinya.

Sedangkan menurut Kotler terdapat 7 parameter desain produk yaitu, (Kotler, 2019):

1. Ciri-ciri

Ciri-ciri adalah karakteristik yang mendukung fungsi dasar produk. Banyak produk dapat ditawarkan dengan berbagai ciri-ciri tambahan. Ciri-ciri produk berfungsi sebagai alat kompetitif untuk produk yang berbeda dari pesaing. Beberapa perusahaan sangat inovatif dalam menambahkan ciri-ciri baru pada produk mereka. Kemampuan perusahaan ¹ Jepang yang konsisten dalam meningkatkan fitur-fitur tertentu pada produk seperti arloji, mobil, dan kalkulator merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan ² asilannya. Pengenalan fitur-fitur baru dianggap sebagai metode yang sangat efektif dalam menghadapi persaingan.

2. Kinerja

Mengacu pada tingkat karakteristik utama produk saat beroperasi, pembeli produk-produk mahal sering membandingkan kinerja ¹⁴⁹ (ampilan/performance) dari berbagai merek. Biasanya, konsumen bersedia membayar lebih untuk kinerja yang lebih baik, asalkan biaya tambahan tersebut dianggap sebanding dengan nilai yang mereka terima.

3. Mutu Kesesuaian

Penyesuaian merujuk pada sejauh mana desain produk dan karakteristik operasinya mendekati standar yang diinginkan. Kualitas kesesuaian mengacu pada tingkat kesesuaian dan pemenuhan terhadap semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi target yang telah ditetapkan. Proses ini dikenal sebagai konformitas karena berhubungan dengan kepatuhan terhadap ⁹ spesifikasi tersebut.

4. Tahan Lama (*Durability*)

Daya tahan adalah ukuran dari periode waktu operasi yang diharapkan dari suatu produk. Misalnya, Volvo mempromosikan mobilnya sebagai ² araan dengan masa pakai yang lebih lama untuk membenarkan harga yang lebih tinggi. Pembeli umumnya lebih condong untuk ² embayar ekstra untuk produk yang menjanjikan daya tahan yang lebih lama.

5. Tahan Uji (*Reliabilitas*)

Reliabilitas menggambarkan probabilitas bahwa suatu produk tidak akan mengalami kerusakan atau gangguan fungsi dalam jangka waktu tertentu. Pembeli lebih cenderung membayar lebih untuk produk yang memiliki reputasi reliabilitas yang tinggi karena mereka ingin menghindari biaya perbaikan dan waktu yang diperlukan untuk melakukan reparasi.

6. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

Kemudahan perbaikan adalah ukuran seberapa mudah suatu produk dapat diperbaiki jika mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan. Kemudahan perbaikan yang ideal terjadi ketika pengguna dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya

29 lah atau tanpa biaya sama sekali, serta tidak memerlukan waktu yang lama.

7. Model (*Style*)

Model menggambarkan sejauh mana suatu produk menarik dan disukai oleh konsumen. Model memberikan keunggulan melalui ciri-ciri khas produk yang sulit untuk ditiru. Misalnya, banyak pembeli mobil yang bersedia membayar lebih untuk mobil Jaguar karena desainnya yang menonjol, meskipun Jaguar mungkin tidak memiliki keunggulan yang sama dalam hal ketahanan (*reliability*).

117

Salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen saat membeli produk adalah penggunaan bahan berkualitas tinggi. Selain itu, desain yang elegan dan tampak mewah juga mempengaruhi keputusan, sehingga harga yang relatif tinggi dari produk tersebut dapat dianggap wajar.

129

1

2.1.2 Ruang Lingkup Desain Produk

Desain produk merupakan bidang ilmu yang tak lekang oleh waktu, selalu terjalin erat dengan segala aspek kehidupan manusia. Ia memadukan kekuatan khayal dan realitas, menjadi jembatan antara kreativitas dan solusi. Desain produk melampaui batas estetika semata, ia merangkul teknologi yang terus berkembang dengan dinamis. Keduanya saling melengkapi, membentuk pola perkembangan yang unik dan berkesinambungan. Dengan kata lain, desain produk adalah seni dan ilmu yang terus beradaptasi dengan kebutuhan manusia, memikirkan masa depan, dan menciptakan solusi yang indah dan fungsional

16

Lingkup desain produk sangat luas, mencakup segala aspek yang dapat diselesaikan oleh para profesional di bidang ini. Meskipun demikian, dalam perkembangan global, terdapat disiplin ilmu yang jelas, yaitu desain produk, desain grafis, dan desain interior.

1

Menurut Tjiptono (2017: 152), desain produk dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok kompetensi, yaitu:

1. Desain produk peralatan.
2. Desain perkakas lingkungan.
3. Desain alat transportasi.

4. Desain produk kerajinan (kriya).

2.1.3 Fungsi Desain Produk

Rata-rata produk yang diciptakan memiliki tujuan atau kegunaan yang bervariasi, tergantung pada kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh produk tersebut. Menurut Harold (2019: 53), dalam hal fungsi desain produk, ia menjelaskan bahwa "Fungsi desain produk merupakan suatu proses pemilihan metode-manufaktur yang paling efisien dan sesuai dengan standar keselamatan kerja".

Dalam praktiknya, konsumen cenderung mempertimbangkan tampilan suatu produk sebelum memutuskan untuk membelinya. Apabila sebuah produk mampu menarik perhatian konsumen melalui aspek visual seperti bentuk, warna, ukuran, dan material pembuatan, serta ditawarkan dengan harga yang sesuai harapan, maka permintaan terhadap produk tersebut cenderung meningkat. Dalam konteks ini, fungsi desain produk berperan sebagai alat untuk menarik minat konsumen terhadap produk, dengan tujuan mempengaruhi dan meningkatkan proses pembelian konsumen.

Agus (2019: 241) menyatakan bahwa aspek visual dari suatu produk, seperti bentuk, ukuran, dan warna, memiliki peran yang penting dalam menarik minat konsumen:

1. Bentuk
Bentuk produk harus diperhatikan dengan cermat, tidak hanya dari sisi estetika (seni) yang menciptakan keindahan, tetapi juga harus selaras dengan fungsi dan keamanan produk tersebut.
2. Ukuran
Untuk mencapai target yang baik, terlebih dalam hal fungsi produk yang akan dibuat, perencanaan ukuran yang seimbang untuk setiap bagian produk menjadi langkah awal yang krusial.
3. Warna
Komposisi warna dalam desain produk haruslah dinamis dan menonjol, sehingga warna yang digunakan dapat membedakan produk tersebut dari produk lainnya.

2.1.4 Maksud dan Tujuan Desain Produk

Kesinambungan masa depan perusahaan sangat dipengaruhi oleh peran penelitian dan pengembangan produk. Desain produk bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menciptakan produk baru dan

mengembangkannya, serta memastikan hasil produksi sesuai dengan harapan pelanggan sambil tetap memperhatikan kemampuan perusahaan dan kualitas produk. Pengembangan produk dilakukan melalui desain yang didasarkan pada penelitian yang teliti.

Menurut Asjudiredja (2021: 54), desain produk memiliki tujuan dan maksud yang spesifik

1. Memperbaiki produk yang sudah ada
2. Salah satu tujuan desain produk adalah untuk mengurangi biaya yang dibutuhkan melalui rehab proses produksi dan operasional
3. Menganalisa produk pesaing
4. Desain produk juga bertujuan untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya dengan memanfaatkan sisa bahan dan sampah produksi untuk menciptakan produk sampingan.
5. Pengendalian kualitas yang lebih baik atas bahan baku yang dibeli merupakan aspek penting dalam menjaga kualitas produk.
6. Mengembangkan produk baru.
7. Desain produk juga berfokus pada pengembangan fungsi baru dari produk yang sudah ada di pasaran.

2.1.5 Tahapan-Tahapan Desain Produk

Konsep produk dikembangkan dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal perusahaan. Konsep yang berhasil melewati tahap desain produk akan melalui proses yang berkelanjutan, melibatkan umpan balik dan evaluasi yang intensif dalam lingkungan partisipatif untuk meminimalkan kemungkinan kegagalan.

Asjudiredja (2021: 58) menjelaskan proses tahapan kegiatan dalam desain produk sebagai berikut:

- a. Mencari gagasan
- b. Seleksi produk
- c. Desain produk pendahuluan
- d. Pengujian pasar
- e. Desain akhir

2.1.6 Indikator Desain Produk

Menurut Azany (2020: 45) terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai desain produk, yaitu:

1. Variasi desain

Desain produk yang ditawarkan memiliki beragam pilihan dan variasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Model terbaru

Model atau desain produk akan mengalami perubahan bentuk, ukuran, dan warna seiring berjalannya waktu.

3. Desain mengikuti trend

Model atau desain produk akan terus berkembang dan beradaptasi dengan tren zaman, baik dalam hal warna, bentuk, maupun ukuran.

99

2.2 Desain Proses

2.2.1 Pengertian Desain Proses

Desain proses merupakan model atau skema yang digunakan untuk menjalankan kegiatan produksi. Proses ini mencakup aspek-aspek seperti bentuk, kualitas, bahan yang digunakan, dan jenis produksi itu sendiri. Untuk pemahaman yang lebih mendalam, berikut adalah beberapa definisi desain proses.

Mitra Bestari (2019: 39), desain proses merupakan sistem atau cara untuk merubah sumber daya yang ada menjadi produk yang diinginkan. Setiap elemen dalam produksi memiliki fungsi tertentu yang menjelaskan kegunaannya. Fungsi dan desain proses bertujuan untuk mengatur aktivitas produksi dengan tujuan untuk mengurangi biaya produksi.

Menurut Sukanto Reksohadiprodjo (2019: 13), desain proses merupakan langkah seleksi input, alur kerja, dan metode yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Seleksi input termasuk dalam pemilihan sumber daya manusia, bahan baku, dan peralatan yang digunakan dalam proses operasional, sejalan dengan strategi organisasi dan kemampuan untuk memperoleh sumber daya manusia.

Haming dan Numajamudin (2019: 300) menyatakan bahwa desain proses produk dan jasa merupakan kegiatan lintas departemen dan fungsional yang melibatkan interaksi ide, koordinasi, dan tindakan dari berbagai fungsi seperti pemasaran, rekayasa industri, produksi, sumber daya manusia, dan hukum.

Dari pendapat para ahli sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa desain proses melibatkan kerjasama lintas departemen atau fungsional dalam perusahaan, yang mencakup proses produksi, manajemen sumber daya manusia, operasional, dan strategi perusahaan.

2.2.2 Maksud dan Tujuan Desain Proses

Sebelum memulai kegiatan produksi, perencanaan yang teliti mengenai pelaksanaan proses produksi itu sendiri sangat penting. Melalui perencanaan produksi yang matang, perusahaan dapat memilih bahan baku, jenis proses produksi, dan peralatan yang akan digunakan. Langkah-langkah tersebut tidak hanya bertujuan untuk mengendalikan biaya produksi, tetapi juga untuk memastikan volume produksi sesuai dengan target yang diinginkan.

Hani (2020: 143) menjelaskan bahwa dalam desain proses, produk dibuat sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Perusahaan kemudian menentukan apakah akan memproduksi sendiri produk tersebut atau membeli dari perusahaan lain. Desain proses juga berperan dalam menentukan kelayakan produksi suatu produk. Oleh karena itu, desain proses berusaha memilih cara-cara paling ekonomis untuk membuat produk dengan menggunakan mesin dan fasilitas yang tersedia atau yang dapat diperoleh.

2.2.3 Pengaruh Desain Proses

Desain proses adalah rencana tentang bagaimana suatu produk akan diproduksi, sebagaimana dijelaskan pada desain produk melalui fasilitas produksi yang tersedia. Setelah desain proses disusun oleh perancang produk, langkah berikutnya adalah membuat rancangan proses. Hasil dari proses desain ini akan membentuk diagram proses, yang merupakan komponen penting dalam perencanaan dan pengelolaan berbagai transformasi.

Menurut Hani (2020: 144), berikut adalah beberapa jenis diagram yang digunakan dalam perencanaan dan pengelolaan proses:

a. Bagan-bagan Aliran Proses (*Flow Process Chart*)

Bagan aliran proses, menurut Hani (2020: 144), adalah alat untuk meningkatkan alur dan material. Diagram aliran proses merinci proses ke dalam elemen dan simbol yang disusun dalam diagram yang mencakup spesifikasi di dalam proses, waktu operasi, penanganan material (pemindahan), jarak yang harus ditempuh karyawan, serta spesifikasi kegiatan penundaan dan penyimpanan. Bagan aliran proses memberikan petunjuk lengkap tentang cara pelaksanaan suatu proses. Berikut adalah simbol-simbol yang biasanya digunakan dalam diagram aliran proses:

b. Bagan proses Operasi-operasi (*operation process chart*) atau *routing sheet*

Bagan operasi atau routing sheet mirip dengan bagan perakitan, tetapi dengan perbedaan bahwa bagan proses operasi mencakup spesifikasi untuk bagian-bagian, waktu operasi, dan pemeriksaan. Routing sheet lebih detail daripada bagan perakitan karena menunjukkan operasi dan routing yang diperlukan untuk suatu proses individual. Setiap operasi mesin atau karyawan dicatat, termasuk peralatan dan perkakas yang diperlukan juga tercantum dalam bagan proses operasi atau routing sheet, sehingga memberikan petunjuk yang lebih lengkap tentang cara memproduksi suatu barang. Singkatnya, routing sheet secara tepat menetapkan cara memproduksi suatu barang dengan mengidentifikasi peralatan dan perkakas yang digunakan, operasi dan urutan yang harus diikuti, serta estimasi waktu persiapan dan waktu operasi mesin.

2.2.4 Indikator Desain Proses

Hani (2020: 151), pekerjaan yang menunjukkan adanya desain proses meliputi:

1. Perencanaan produksi

Sebelum memulai proses desain, perusahaan merencanakan produksi dengan melakukan:

- Menentukan produk yang akan dibuat: Perusahaan pertama-tama menetapkan produk yang akan diproduksi dengan membuat gambaran visual tentang jenis dan bentuk produk yang akan dibuat.
- Dalam mempertimbangkan desain produk, perusahaan menentukan sifat dan ciri-ciri produk, terutama dalam hal perencanaan, bentuk, dan fungsi (spesifikasi produk)
- Dalam menentukan kelompok produksi, perusahaan akan mengelompokkan produksi berdasarkan kaitannya dengan peralatan yang dimiliki. Pengelompokan ini dilakukan karena peralatan yang digunakan oleh perusahaan bervariasi sesuai dengan jenisnya.
- Evaluasi proses produksi yang dilakukan sangat penting untuk mengetahui adanya kesalahan atau penyimpangan dalam proses produksi, dibandingkan dengan rencana awal. Jika ditemukan mesin rusak yang mengganggu alur kerja, maka akan dilakukan tindak lanjut untuk mengatasi masalah tersebut.

2. Pengkajian kelayakan proses
 1. belum memulai produksi massal, perusahaan melakukan pengkajian kelayakan proses desain. Tujuannya adalah untuk mengurangi atau meminimalkan kesalahan dalam proses produksi.
3. Pengkajian kemampuan proses
 8. Sebelum memproduksi, perusahaan mengecek kapasitas produksi yang optimal untuk memaksimalkan efisiensi dan hasil produksi.
4. Pengembangan peralatan proses
 - Perusahaan dapat menyediakan peralatan produksi sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.
5. Rancangan proses
 - Proses perancangan dilakukan untuk merencanakan atau mendesain produk yang akan dibuat. Dalam perancangan proses produksi, perusahaan menyesuaikan dengan kebutuhan produk yang akan dihasilkan.
6. Evaluasi produk ulang
 - Perusahaan mengevaluasi produk sebelum dipasarkan untuk mengurangi kemungkinan adanya cacat dan memastikan kualitas yang tinggi

28

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Produk

2 Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer, produk diartikan sebagai barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan. Menurut Tjiptono (2017: 17), produk mengacu pada segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan memenuhi keinginan dan kebutuhan.”

Para pelanggan menduga bahwa produk sebagai suatu penawaran nyata, namun menurut Petter Salim (2019: 192), produk dapat memiliki makna yang lebih luas. Menurutnya, produk mencakup 2 segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, baik itu barang fisik, jasa, pengalaman, acara, individu, tempat, properti, organisasi, informasi, maupun ide. Produk dapat diartikan sebagai segala hal yang ditawarkan ke pasar dengan tujuan menarik perhatian, diakuisisi, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Philip Kotler (2019: 162), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk menarik perhatian, digunakan, atau dikonsumsi guna 2 memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Sementara itu, Ricky W. Griffin dan Ronaldo J. Ebert (2019: 166) mendefinisikan produk sebagai sebuah paket nilai yang menyediakan manfaat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.”

Menurut M. Nur Rianto (2020: 74), dalam definisi sempit, produk adalah sekumpulan karakteristik fisik dan kimia yang konkret dan diorganisir dalam bentuk yang sudah dikenal. Namun, dalam definisi yang lebih luas, produk mencakup kombinasi sifat fisik (tangible) dan non-fisik (intangible) yang melibatkan elemen seperti warna, harga, kemasan, reputasi, dan layanan yang disediakan oleh produsen, yang bertujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.”

2.3.2 Kualitas Produk

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer, kualitas produk diartikan sebagai tingkatan baik atau buruknya suatu barang atau jasa. Menurut M. Suyanto (2017: 110), kualitas merujuk pada sejauh mana suatu produk memenuhi kebutuhan spesifik para pelanggan.”

Menurut Deming (2020: 3), kualitas adalah sejauh mana suatu produk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen; perusahaan harus benar-benar memahami apa yang diharapkan konsumen dari produk yang akan dihasilkan.”

Menurut Garvin dan Davis (2019: 34), kualitas produk adalah kondisi yang selalu berubah, melibatkan aspek produk itu sendiri, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan, yang semuanya bertujuan untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan atau konsumen.”

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer, kualitas produk diartikan sebagai tingkat baik atau buruknya suatu barang atau jasa. Menurut M. Suyanto (2017: 110), kualitas adalah sejauh mana suatu produk secara efektif memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan.”

Deming menjelaskan bahwa kualitas mengacu pada sejauh mana produk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen. Oleh karena itu,

perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen dari produk yang akan dihasilkan.

Menurut Garvin dan Davis (2019: 128), kualitas produk adalah keadaan yang selalu berubah, melibatkan aspek produk itu sendiri, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan, yang semuanya bertujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan atau konsumen.

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer, produk diartikan sebagai barang atau jasa yang diproduksi dan dibeli. Menurut Tjiptono (2017), produk mencakup segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Banyak orang melihat produk sebagai tawaran konkret, tetapi sebenarnya produk memiliki makna yang lebih luas. Secara umum, produk merujuk pada segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, layanan pengalaman, acara, individu, lokasi, properti, organisasi, informasi, dan ide. Produk dapat dijelaskan sebagai segala sesuatu yang dipasarkan untuk menarik perhatian, diakuisisi, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler (2019), produk mencakup segala sesuatu yang dapat dipasarkan untuk menarik perhatian, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi keinginan atau kebutuhan. Sementara itu, Ricky W. Griffin dan Ronaldo J. Ebert (2019: 203) menjelaskan produk sebagai paket nilai yang menawarkan manfaat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut M. Nur Rianto (2020: 266), dalam definisi sederhana, produk adalah kumpulan sifat fisik dan kimia yang nyata dan diorganisir dalam bentuk yang seragam dan dikenal. Namun, dalam definisi yang lebih luas, produk mencakup berbagai sifat fisik (tangible) dan non-fisik (intangible) seperti warna, harga, kemasan,

reputasi, dan layanan dari produsen, yang diterima oleh konsumen sebagai pemenuhan atas keinginan atau kebutuhan mereka.

2.3.3 Tingkatan Produk

Menurut M. Nur Rianto (2020:153), dalam upaya merencanakan produk yang akan dipasarkan, seorang perencana produk harus melakukan pemikiran yang cermat dengan memahami lima tingkatan produk. Hal ini bertujuan agar setiap tingkatan produk dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan, antara lain:

- a. Produk inti (Core Benefit) adalah produk yang dibeli oleh konsumen karena menawarkan manfaat utama atau esensial yang menjadi alasan utama pembelian.
- b. Produk dasar (Basic Product) adalah produk yang tidak termasuk dalam versi fungsional atau paling sederhana dari suatu produk.
- c. Produk yang diharapkan (Expected Product) adalah kumpulan atribut dan kondisi yang biasanya diinginkan dan dianggap standar oleh pelanggan ketika mereka membeli produk tersebut.
- d. Produk yang ditingkatkan atau produk tambahan adalah layanan tambahan yang disediakan untuk memenuhi keinginan pelanggan dan bahkan mungkin melampaui harapan mereka, sehingga mampu membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing.

2.3.4 Klasifikasi Produk

Produk dapat diklasifikasikan dari berbagai sudut pandang. Berdasarkan sifat berwujudnya, produk dibagi menjadi dua kategori utama: barang dan jasa. Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan langsung konsumen akhir (individu dan rumah tangga), bukan untuk keperluan bisnis. Secara umum, barang konsumen dapat dikategorikan menjadi empat jenis, yaitu *convenience goods*, *shopping goods*, *specialty goods*, dan *unsought goods*. Klasifikasi ini berdasarkan kebiasaan berbelanja konsumen, yang tercermin dalam tiga aspek, yaitu (a) upaya yang dilakukan konsumen untuk membuat keputusan pembelian, (b) atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen saat berbelanja, dan (c) frekuensi pembelian. Referensi: Berkowitz, et al., 2019

a. Convenience Goods

Convenience goods merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum

(sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya. Contohnya antara lain rokok, sabun, pasta gigi, baterai, permen, dan surat kabar. *Convenience goods* sendiri masih dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu *staples*, *impulse goods*, dan *emergency goods*.

1. *Staples* merujuk pada barang-barang yang dibeli secara teratur atau rutin oleh konsumen, seperti sabun mandi dan pasta gigi.
 2. *Impulse goods* merupakan barang yang dibeli tanpa perencanaan terlebih dahulu ataupun usaha-usaha mencarinya. Biasanya *impulse goods* tersedia dan dipajang di banyak tempat yang tersebar, sehingga konsumen tidak perlu repot-repot mencarinya. Contohnya permen, coklat, majalah. Biasanya *impulse goods* dipajang di *counter* supermarket.
 3. *Emergency goods* adalah barang yang dibeli bila suatu kebutuhan dirasa konsumen sangat mendesak, misalnya payung dan jas hujan di musim hujan.
- b. *Shopping Goods*

Shopping goods merujuk pada produk-produk yang memerlukan pemilihan dan perbandingan oleh konsumen di antara berbagai alternatif yang tersedia. Kriteria perbandingan ini meliputi harga, kualitas, dan model dari setiap barang. Contohnya termasuk peralatan rumah tangga, pakaian, dan perabotan. *Shopping goods* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *homogeneous shopping goods* dan *heterogeneous shopping goods*.

1. *Homogeneous shopping goods* adalah produk-produk yang dinilai memiliki kualitas yang hampir sama oleh konsumen, tetapi terdapat perbedaan harga yang cukup besar. Akibatnya, konsumen cenderung membandingkan harga di berbagai tempat untuk menemukan harga terendah. Contohnya termasuk tape recorder, TV, dan mesin cuci.
2. *Heterogeneous shopping goods* adalah barang-barang di mana konsumen lebih memprioritaskan karakteristik atau fitur-fitur daripada harga. Konsumen memandang barang-barang ini berbeda dalam hal kualitas dan atribut. Contohnya termasuk perlengkapan rumah tangga, mebel, dan pakaian.

2.3.5 Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2017: 96), terdapat beberapa indikator kualitas produk, di antaranya:

1. **Produk Harapan (*expected product*)**
Produk formal adalah produk yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi yang umumnya diharapkan dan disetujui oleh konsumen untuk dibeli.
2. **Produk utama/inti (*core benefit*)**
Manfaat inti adalah kebutuhan dasar yang dipenuhi dan dinikmati oleh pelanggan dari setiap produk. Dalam industri pakaian, manfaat utama yang dicari konsumen adalah kualitas bahan baku dan kenyamanan saat digunakan.
3. **Produk generik**
Ini adalah produk dasar yang dapat memenuhi fungsi utama dari sebuah produk (*minimum viable product*)

24

4. Produk pelengkap (*augmented product*)

Ini mencakup atribut tambahan yang ditambahkan pada produk untuk memberikan nilai lebih dan membedakannya dari produk pesaing.

5. Produk potensial

Ini mencakup semua tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk produk di masa mendatang.

65

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti memilih beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

15 No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	M Barry Ekaputra (2019)	6 Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk di Pocket 22 Tasikmalaya	Metode yang digunakan adalah metode metode survey. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, kuesioner, dan sastra. Teknik sampling yang digunakan convenience sampling dengan jumlah sampel 60 responden untuk mewakili customer Pocket 22 Tasikmalaya. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur.	Berdasarkan hasil penelitian diketahui desain produk, desain proses dan kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi baik, serta desain produk dan proses desain memiliki efek simultan pada kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya, tapi salah satu variabel x desain produk ini tidak berpengaruh parsial terhadap kualitas produk. Saran untuk Pocket 22 adalah harus selalu memperhatikan dan terus mengembangkan desain dan pembuatan proses desain dan proses manufaktur produk, terutama ketika setiap pelanggan mulai bosan dengan desain yang sudah ada. Sehingga kualitas produk tetap terjaga dengan baik.
2.	Jassela Handayani (2020)	Pengaruh desain produk terhadap	Metode penelitian yang digunakan adalah	Berdasarkan penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa desain produk mempengaruhi

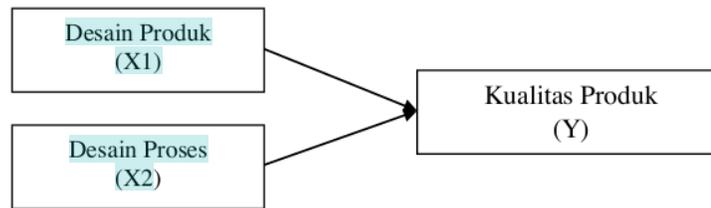
		keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods	35 kuantitatif, dengan menggunakan SPSS 23.0 untuk menganalisa data. Data didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang konsumen Bebbi Shoes, yang dipilih teknik purposive sampling.	54 keputusan pembelian sepatu Bebbi Shoes. Keputusan pembelian 95 ini, pada gilirannya, berdampak pada kepuasan konsumen Bebbi Shoes. Artinya, setelah seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, 142 rilaku pasca pembelian akan menentukan apakah konsumen 54 rasa puas atau tidak. Desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan analisis menunjukkan bahwa desain produk memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.
3.	Danik Istifani (2022)	7 Pengaruh Desain Produk dan promosi Terhadap keputusan pembelian pada Cathay Digital Surabaya	7 Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah pelanggan dari CATHAY Digital Surabaya sedangkan sampel berjumlah 100 responden yang melibatkan pengujian analisis hipotesis statistik.	7 Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Desain Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), sedangkan Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), lalu secara simultan desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

Sumber: Diolah peneliti 2024

108

2.5 Kerangka Berpikir

Untuk lebih memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, maka peneliti perlu merumuskan kerangka berpikir sebagai berikut:



Sumber: diolah Peneliti (2024)

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar di atas, maka dapat diketahui bahwa UD. Meto berupaya untuk meningkatkan Kualitas Produk (Y) yang dihasilkan agar harapan dan kepuasan konsumen terwujud. Dalam upaya meningkatkan Kualitas Produk (Y) yang dihasilkan oleh UD. Meto, pemilik usaha merancang Desain Produk (X1) yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen seperti model perabot yang sedang *tren* saat sekarang ini seperti modera atau desain minimalis, dan pemilik usaha juga merancang Desain Proses (X2) yaitu proses pembuatan perabot yang tidak terlalu lama waktu untuk mengerjakan produk sehingga permintaan pelanggan atau konsumen dapat tercapai sesuai target waktu pemesanan.

2.6 Hipotesis

Menurut Suryabrata (2017: 21), hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih perlu diuji secara empiris. Berdasarkan fakta-fakta yang dikumpulkan terkait dengan masalah dan asumsi tersebut, hipotesis dalam penulisan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Ada Pengaruh Desain Produk Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat
- H2 : Ada Pengaruh Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat
- H3 : Ada Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian dapat dikelompokkan dari berbagai perspektif, termasuk jenis dan analisis data, tujuan, metode, tingkat eksplanasi, dan pendekatan. Berikut adalah klasifikasi jenis penelitian menurut Sugiyono (2019:9), yaitu:

1. Penelitian kualitatif
Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan pada objek penelitian yang mengalami peristiwa, di mana peneliti menjadi instrumen utama dalam penelitian tersebut.
2. Penelitian kuantitatif
Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara melakukan pengumpulan data yang memanfaatkan instrumen penelitian sering disebut cara-cara kuantifikasi (pengukuran). Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif.
3. Riset gabungan
Riset gabungan adalah riset yang menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif.
4. Metode deskriptif
Penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan dalam suatu peristiwa yang akan terjadi dimasa kini dan dimasa lalu. Metode ini dibagi dalam dua metode yaitu *cross sectiona*

Berdasarkan teori ataupun pendapat diatas, peneliti menetapkan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, dikarenakan penelitian ini penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara melakukan pengumpulan data yang memanfaatkan instrumen penelitian.

Menurut Moleong (2018:6), pendekatan penelitian adalah seluruh cara atau kegiatan dalam suatu penelitian, mulai dari merumuskan masalah hingga membuat kesimpulan. Adapun beberapa pendekatan penelitian dalam kuantitatif itu adalah sebagai berikut:

- a. Komperatif digunakan untuk melihat perbedaan antar dua atau lebih situasi dengan cara membandingkan.

- b. Deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi pada masa sekarang.
- c. Eksperimen digunakan dalam kondisi yang tidak memungkinkan untuk mengontrol memanipulasi variabel yang relevan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, jenis pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Umar (2018: 77), populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik tertentu dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel”.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasinya adalah Manager dan Karyawan UD. Meto sebanyak 5 orang dan pelanggan sebanyak 25 orang sehingga populasi berjumlah sebanyak 30 orang.

3.2.2 Sampel

Bagian dari karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi dan digunakan dalam penelitian disebut sebagai sampel. Jika populasi terlalu besar, peneliti mungkin tidak dapat mencakup semuanya dalam penelitian, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu. Dalam kasus seperti itu, peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel menurut Arikunto (2018:134), bahwa “Apabila subyek kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi, jika jumlah subyek lebih besar dapat diambil antara 10-20% atau 20-25% atau

lebih". Berdasarkan pendapat di atas, maka sampel sebanyak jumlah populasi yaitu sebanyak 30 orang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh atau mengumpulkan informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Berikut ini beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan, menurut Sujarweni, V. W. (2021:28):

a. Tes

Dalam penelitian, data dibagi menjadi tiga kategori: fakta, pendapat, dan kemampuan. Tes digunakan untuk mengukur keberadaan atau tingkat kemampuan objek yang diteliti. Tes ini dapat mengevaluasi baik kemampuan dasar maupun pencapaian spesifik, seperti tes IQ, minat, bakat khusus, dan lain-lain.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data secara lisan. Proses ini harus dilakukan secara mendalam untuk memperoleh data yang valid dan detail.

c. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang muncul pada objek penelitian.

d. Kuisoner atau Angket (*Questionnaire*)

Kuisoner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

e. Survey (*survei*)

Survei lebih banyak digunakan untuk pemecahan masalah-masalah yang berkaitan dengan perumusan kebijakan bukan untuk pengembangan. Oleh karena itu survei tidak digunakan untuk menguji suatu hipotesis.

f. Analisis Dokumen

Analisis dokumen lebih mengarah pada bukti konkret. Dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian.

g. Dokumentasi

Yaitu metode pengumpulan data dan informasi melalui foto atau dokumentasi sebagai bukti di lapangan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara Angket (kuisisioner), dimana angket akan disebarakan kepada para responden dan didalam angket terdapat 5 opsi pilihan jawaban yang dimana setiap opsi jawaban memiliki bobot.

Kuesioner yang diterapkan menggunakan pendekatan tertutup, di mana pertanyaan langsung diajukan kepada responden berkenaan dengan variabel-variabel penelitian yang telah ditetapkan. Skala Likert digunakan dalam penyusunan kuesioner untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2019:62)..

Angket yang telah diedarkan kepada sejumlah responden masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada skala likert sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-----|
| a. Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |
| b. Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| c. Ragu-Ragu (RR) | : 3 |
| d. Setuju (S) | : 4 |
| e. Sangat Setuju (SS) | : 5 |

3.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses sistematis dalam mengumpulkan data untuk mempermudah peneliti dalam menarik kesimpulan. Menurut Bogdan dalam Sugiyono, analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya secara sistematis, sehingga data tersebut mudah dipahami dan hasilnya dapat

diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data merupakan syarat mutlak untuk setiap penilaian yang berguna dalam menguji kebenaran yang telah dirumuskan. Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, langkah-langkah berikut diambil:

23

3.4.1 Uji Validitas

15

Uji validitas merupakan alat ukur yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data valid, artinya instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, validitas berarti mengukur apa yang diukur (ketepatan). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan bantuan program komputer SPSS versi 26 untuk mencari uji validitas data.

20

Menurut Arikunto (2018: 146), jika hasil korelasi antara item dengan total item satu faktor menunjukkan signifikansi (s) < 0,05, maka hasil tersebut dianggap signifikan dan butir-butir tersebut dianggap valid pada tingkat signifikansi sebesar 5% r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk.

14

3.4.2 Uji Reliabilitas

59

Dalam data statistik SPSS, uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui kekonsistenan angket yang akan digunakan oleh penelitian sehingga angket tersebut dihandalkan.

30

Dalam kasus alternatif jawaban yang lebih dari dua, uji reliabilitas akan menggunakan uji Cronbach Alpha. Menurut Ghozali (2016:133), apabila nilai Cronbach Alpha > 0,60, maka instrumen penelitian dianggap reliabel, sedangkan jika nilai Cronbach Alpha < 0,60, maka instrumen penelitian dianggap tidak reliabel.

63

3.4.3 Regresi Linear Sederhana

Dalam analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini, perhitungan statistik dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 26. Analisis regresi linear sederhana dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna, atau untuk mengetahui bagaimana variasi dari beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam suatu fenomena yang kompleks.

Berdasarkan data variabel pada penelitian ini, diketahui bahwa variabel X terdiri dari Variabel X1 yaitu desain produk dan X2 yaitu desain proses sementara variabel Y adalah kualitas produk.

Pengujian SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Menurut Hadi (2014:77) mengatakan “sebuah data linear jika taraf signifikan $< 0,05$, hal ini berarti variabel X berkorelasi linear dengan variabel Y”.

3.4.4 Koefisien Korelasi

Untuk menguji dan membuktikan secara statistik hubungan antara desain produk dengan keputusan pembelian, dilakukan uji korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS for window Versi 26.

Untuk menginterpretasikan mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Sofyan Siregar (2017:251), dijabarkan sebagai berikut:

0,00 – 0,399 Tingkat hubungan sangat lemah

0,20 – 0,399 Tingkat hubungan lemah

0,40 – 0,599 Tingkat hubungan cukup

0,60 – 0,799 Tingkat hubungan kuat

0,80 – 1,00 Tingkat hubungan sangat kuat

3.4.5 Koefisien Deteminasi

Menurut Sugiyono (2019:8), mengatakan “uji koefisien determinan merupakan alat statistik yang digunakan untuk

memprediksikan besarnya korelasi antara variabel independen X dengan variabel dependen Y". Hasil dari koefisien korelasi dikali angka yang sama kemudian dikali 100%, maka diketahui seberapa persen pengaruh variabel X terhadap Y.

3.4.6 Uji Hipotesis (Uji T)

Perhitungan pengujian uji T yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for window versi 26.

Pengujian secara parsial atau uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. Uji ini juga dapat digunakan untuk melihat variabel bebas mana yang paling dominan. Secara teknis, pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak

3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.5.1 Lokasi Penelitian

Dengan menetapkan lokasi penelitian maka objek penelitian dan tujuan penelitian tentunya sudah tetap dan jelas, sehingga dapat mempermudah proses penelitian dan dapat melakukan penelitian guna mendapatkan hasil yang akurat. Penelitian ini dilakukan di UD. Metro di Kabupaten Nias Barat.

3.3.2 Jadwal Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian ini, pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan maka peneliti melakukan penelitian dari bulan Juni sampai Juli 2024. Untuk melaksanakan penelitian ini, maka peneliti telah membuat jadwal yang berguna sebagai panduan sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan tahapan-tahapan, yaitu sebagai berikut:

91
Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

Kegiatan	Jadwal							
	Januari 2024	Februari 2024	Maret 2024	April 2024	Mei 2024	Juni 2024	Juli 2024	Agustus 2024
Kegiatan Proposal Skripsi	■	■						
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing		■	■	■				
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi				■				
Persiapan Seminar				■				
Seminar Proposal Skripsi				■				
Persiapan Penelitian					■	■		
Pengumpulan Data					■	■		
Penulisan Naskah Skripsi					■	■		
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing						■	■	
Persiapan Ujian Skripsi							■	
Ujian Skripsi								■

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Penyajian data secara deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk lebih memahami data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Data deskriptif ini dapat memberikan gambaran tentang kondisi dan situasi di tempat penelitian serta karakteristik responden, yang kemudian dapat digunakan untuk memperdalam pemahaman terhadap hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti secara langsung mengamati objek penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang telah disiapkan dan dibagikan kepada responden. Responden terdiri dari 5 orang Manager dan Karyawan UD Meto serta 25 pelanggan, sehingga total populasi yang diteliti adalah sebanyak 30 orang.

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi atau keadaan sebuah instansi merupakan deskripsi umum tentang bagaimana sebuah instansi berada, seperti letak geografis, lingkungan fisik, serta karakteristik sosial dan ekonominya. Informasi tentang keadaan sebuah organisasi atau perusahaan sangat penting dalam meningkatkan kualitas produk dibidang produksi barang. Ini juga membantu perusahaan untuk mengetahui situasi dan keadaan yang berkecimpung dalam menyediakan produksi suatu barang kepada masyarakat.

UD. Meto pertama sekali berdiri pada tahun 2016 yang didasari oleh potensi dalam mengolah kayu menjadi barang yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti perabotan rumah tangga dalam bentuk kursi, meja, lemari dan masih aktif sampai sekarang ini. Awalnya produk yang dihasilkan masih sederhana sesuai keinginan masyarakat, namun seiring waktu perkembangan produksi perabotan semakin meningkat yang disertai dengan desain yang menarik. .

4.1.2 Karakteristik Responden

Angket telah disebarakan kepada manajer, karyawan dan pelanggan pada UD. Meto, dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Untuk memahami variasi tanggapan, perlu diperhatikan karakteristik pelanggan seperti jenis kelamin, usia dan latar belakang pendidikan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kevalidan penelitian dengan mencegah kesamaan jawaban yang mungkin muncul dari karakteristik yang sama. Karakteristik responden dapat diklasifikasikan dalam beberapa kategori seperti jenis kelamin, usia dan pendidikan, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	12 orang
2	Perempuan	18 orang
	Total.....	30 orang

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti di atas, bersumber dari informasi yang diberikan oleh UD. Meto yaitu manajer, karyawan dan pelanggan yang sudah pernah memesan dan membeli produk perabot antara lain laki-laki berjumlah sebanyak 12 orang dan perempuan berjumlah 18 orang sehingga responden atau yang mengisi kuesioner berjumlah 30 orang.

Selanjutnya, peneliti juga mendapatkan data dan informasi tentang usia para pelanggan yang menjadi responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Usia

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	50 tahun ke atas	4 orang
2	40-49 tahun	8 orang
3	30-39 tahun	8 orang
4	21-29 tahun	10 orang
	Total.....	30 orang

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Dari data di atas, peneliti mendapatkan informasi bahwa pelanggan yang menjadi responden terdiri dari usia yang berbeda-beda yaitu responden yang berusia 50 tahun ke atas sebanyak 4 orang, berusia 40-49 tahun sebanyak 8 orang, berusia 30-39 tahun sebanyak 8 orang dan berusia 21-29 tahun sebanyak 10 orang, sehingga seluruhnya berjumlah 30 orang.

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	S-2	4 orang
2	S-1	8 orang
3	D-3	8 orang
4	SMA/SMK	10 orang
	Total.....	30 orang

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Dari data di atas, peneliti mendapatkan informasi bahwa pelanggan yang menjadi responden terdiri dari bermacam latar belakang pendidikan yang berbeda yaitu responden yang berpendidikan S-2 sebanyak 4 orang, berpendidikan S-1 sebanyak 8 orang, berpendidikan D-3 sebanyak 8 orang dan berpendidikan SMA/SMK sebanyak 10 orang sehingga total berjumlah 30 orang.

4.2 Verifikasi Data

Verifikasi data adalah tindakan untuk memeriksa apakah kuesioner yang telah didistribusikan oleh peneliti telah diisi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan. Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 orang responden yang pernah memesan dan membeli di UD. Meto. Langkah berikutnya adalah melakukan pemeriksaan data kuesioner untuk memastikan apakah kuesioner yang telah disebarkan memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Hasil pemeriksaan data menunjukkan bahwa semua kuesioner kembali ke peneliti dalam kondisi lengkap dan telah diisi sesuai dengan petunjuk yang telah diberikan. Oleh karena itu, kuesioner yang telah diterima oleh peneliti akan digunakan sebagai bahan untuk analisis.

4.2.1 Distribusi Data Variabel

Dalam sub bab ini, peneliti melakukan analisis terhadap distribusi data variabel utama, yaitu variabel kualitas pelayanan, variabel penetapan harga, dan variabel loyaliti konsumen dengan menggunakan data-data yang telah terkumpul melalui angket dari jumlah 30 responden. Berikut adalah statistik deskriptif untuk masing-masing variabel:

Tabel 4.4
Distribusi Data

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	30	17	36	29,13	3,937
Penetapan Harga	30	17	35	29,20	3,614
Kualitas Konsumen	30	20	43	36,30	4,669
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti dari hasil SPSS 26 (2024)

Dari tabel di atas, maka dapat diketahui data statistik distribusi hasil angket, yaitu sebagai berikut:

1. Desai Produk

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa skor desain produk memiliki variasi antara 17 hingga 36, dengan rata-rata sekitar 29,13 dan deviasi standar sebesar 3,937. Hal ini mengindikasikan tingkat variasi dan sebaran skor desain produk dari responden.

2. Desain proses

Data pada penetapan harga menunjukkan variasi antara 17 hingga 35, dengan rata-rata sekitar 29.20 dan deviasi standar sebesar 3.614. Informasi ini memberikan gambaran tentang sebaran skor desain proses yang diberikan oleh responden.

3. Kualitas produk

Data mengenai kualitas produk menunjukkan variasi skor antara 20 hingga 43, dengan rata-rata sekitar 36.30 dan deviasi standar sebesar 4.669. Analisis ini memberikan informasi tentang sebaran skor kualitas produk dalam sampel.

124

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas Butir Soal Pada Variabel Desain Produk (X1)

44

Dari hasil angket yang telah penulis bagikan kepada para responden secara tertutup, yang dimana angket tersebut memiliki lima opsi jawaban yang dimana setiap opsi memiliki skor bobot. Jumlah soal angket pada variabel X1 adalah sebanyak delapan soal, dari masing-masing soal diperoleh jawaban dari masing-masing responden dengan skor sebagai berikut:

144

Tabel 4.5

Hasil Total Skor Angket Pada Variabel X1

No. Responden	Desain Produk (X1)								Total
	X.1.1	X.1.2	X1.3	X.1.4	X.1.5	X.1.6	X1.7	X1.8	
1	4	4	4	4	4	4	3	4	31
2	4	3	3	3	4	4	4	1	26
3	4	4	5	4	3	4	5	4	33
4	3	3	5	4	3	3	5	3	29
5	3	3	3	5	3	3	4	3	27
6	4	4	4	3	5	5	5	4	34
7	3	3	4	5	5	4	4	3	31
8	4	5	3	5	3	5	4	4	33
9	3	5	5	3	5	3	5	3	32
10	4	3	3	3	3	3	4	4	27
11	3	5	3	4	3	4	5	3	30
12	3	3	4	3	4	3	3	1	24
13	4	4	5	5	5	5	4	4	36
14	1	4	3	5	3	4	3	3	26
15	4	4	3	3	3	5	4	3	29
16	3	3	4	4	3	3	3	3	26
17	4	4	4	4	4	3	4	4	31
18	3	4	5	3	3	3	3	3	27
19	2	2	3	2	2	2	2	2	17
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	3	4	3	3	3	4	5	3	28
25	4	3	4	4	4	4	3	4	30
26	3	3	1	3	2	4	4	3	23
27	4	4	4	4	4	3	4	4	31
28	2	4	4	4	4	3	4	4	29
29	4	4	4	4	4	3	4	4	31
30	4	4	4	4	4	5	4	4	33

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

3

Untuk menguji validitas pada setiap butir soal peneliti menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows Versi

26. Untuk melakukan uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan nilai r tabel, dimana pada penelitian ini nilai r tabel dapat dilihat dari *degree of freedom* (df) = $n - k$, $df = 30 - 2$, $df = 28$. maka didapatkan nilai dari $df = 28$ dengan tingkat signifikansi 0,05 didapatkan nilai r tabel = 0,361. Syarat dari pengujian validitas yaitu jika nilai dari r hitung positif dan lebih besar dari nilai r tabel maka butir soal dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel X1

No	Keterangan	Pearson Correlation (r hitung)	tabel ($\alpha = 5\%$)	Hasil Penelitian
1	X1.1	0,607	0,361	Valid
2	X1.2	0,701	0,361	Valid
3	X1.3	0,545	0,361	Valid
4	X1.4	0,554	0,361	Valid
5	X1.5	0,685	0,361	Valid
6	X1.6	0,609	0,361	Valid
7	X1.7	0,593	0,361	Valid
8	X1.8	0,692	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Peneliti, olahan SPSS Versi 26 (2024)

Dari tabel di atas dapat dilihat hasil analisis uji validitas dengan bantuan program komputer SPSS For Windows Versi 26, setiap butir soal pada variabel X memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yakni 0,361. Yang berarti setiap butir soal pada variabel X dinyatakan valid. (untuk hasil total perhitungan SPSS dapat dilihat pada lampiran).

Uji validitas adalah sebuah metode untuk mengukur sejauh mana tes atau kuesioner dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas atau kesahihan diindikasikan oleh sejauh mana alat pengukur mampu untuk mengukur hal yang seharusnya diukur. Proses ini melibatkan perbandingan antara nilai A dengan B. Jika nilai A lebih besar dari B, maka pernyataan dan indikator yang digunakan dalam penelitian dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai A lebih kecil dari B, maka pernyataan yang digunakan dianggap tidak valid.

4.3.2 Uji Validitas Butir Soal Pada Variabel Desain Proses (X2)

Selanjutnya, dari hasil angket yang telah penulis bagikan kepada para responden secara tertutup, yang dimana angket tersebut memiliki lima opsi jawaban yang dimana setiap opsi memiliki skor bobot. Jumlah soal angket pada variabel X2 adalah sebanyak delapan soal, dari masing-masing soal diperoleh jawaban dari masing-masing responden dengan skor sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Total Skor Angket Pada Variabel X2

No. Responden	Desain Proses (X2)								Total
	X.2.1	X.2.2	X2.3	X.2.4	X.2.5	X.2.6	X2.7	X2.8	
1	4	4	4	4	3	4	4	3	30
2	4	3	3	4	3	4	4	4	29
3	4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	3	5	5	3	5	4	2	3	30
5	3	4	3	4	5	3	2	3	27
6	4	4	4	4	3	3	3	3	28
7	3	5	4	4	5	4	4	3	32
8	4	3	3	5	3	5	3	3	29
9	3	3	3	3	3	4	3	3	25
10	4	4	4	3	4	4	4	3	30
11	3	5	3	4	3	3	4	4	29
12	3	5	2	4	4	3	4	4	29
13	4	3	4	4	5	5	4	4	33
14	4	5	3	4	3	4	2	3	28
15	4	4	3	4	3	4	3	3	28
16	3	3	4	4	4	4	3	3	28
17	4	3	4	3	4	4	4	4	30
18	3	3	5	3	3	3	4	3	27
19	2	2	3	2	2	2	2	2	17
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	3	3	3	4	3	3	4	3	26
25	4	4	4	3	3	5	4	5	32
26	3	3	1	4	5	3	3	3	25
27	4	4	4	3	3	3	5	5	31
28	4	4	4	5	4	4	5	5	35
29	4	4	4	5	5	5	3	3	33
30	4	4	4	4	3	3	4	4	30

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Selanjutnya, peneliti melakukan uji validitas variabel Desain Proses (X2) seperti pada uji variabel sebelumnya dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows Versi 26. Untuk melakukan uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan nilai r tabel, dimana pada penelitian ini nilai r tabel dapat dilihat dari *degree of freedom* (df) = $n - k$, $df = 30 - 2$, $df = 28$. maka didapatkan nilai dari $df = 28$ dengan tingkat signifikansi 0,05 didapatkan nilai r tabel = 0,361.

Syarat dari sebuah pengujian validitas yaitu jika nilai dari r hitung positif dan lebih besar dari nilai r tabel maka butir soal dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel X2

No	Keterangan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel ($\alpha = 5\%$)	Hasil Penelitian
1	X2.1	0,732	0,361	Valid
2	X2.2	0,523	0,361	Valid
3	X2.3	0,529	0,361	Valid
4	X2.4	0,540	0,361	Valid
5	X2.5	0,520	0,361	Valid
6	X2.6	0,695	0,361	Valid
7	X2.7	0,592	0,361	Valid
8	X2.8	0,679	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Peneliti, olahan SPSS Versi 26 (2024)

5.1.1 Uji Validitas Butir Soal Pada Variabel Y (Kualitas Produk)

Kemudian, dari hasil angket yang telah penulis bagikan kepada para responden secara tertutup, yang dimana angket tersebut memiliki lima opsi jawaban yang dimana setiap opsi memiliki skor bobot. Jumlah soal angket pada variabel Y adalah sebanyak delapan soal, dari masing-masing soal diperoleh jawaban dari masing-masing responden dengan skor sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Total Skor Angket Pada Variabel Y

No. Responden	Desain Proses (Y)								Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	4	4	4	4	3	4	4	3	30
2	4	3	4	4	4	4	4	4	31
3	4	4	3	4	5	4	4	4	32
4	3	4	3	3	5	4	2	3	27
5	2	5	3	3	4	4	2	3	26
6	3	3	5	5	5	4	3	3	31
7	3	5	5	4	4	4	4	3	32
8	3	5	3	5	4	3	3	3	29
9	3	5	5	3	5	5	3	3	32
10	3	3	3	3	4	4	4	3	27
11	4	5	3	4	5	4	4	4	33
12	4	3	4	3	3	4	4	4	29
13	4	4	5	5	4	5	4	4	35
14	3	5	3	4	3	4	2	3	27
15	3	3	3	5	4	5	3	3	29
16	3	4	3	3	3	4	3	3	26
17	4	4	4	3	4	5	4	4	32
18	3	3	3	3	3	3	4	3	25
19	2	2	2	2	2	2	2	2	16
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	3	3	3	4	5	3	3	3	27
25	4	4	4	4	3	5	4	5	33
26	3	3	2	4	4	5	4	5	30
27	3	4	4	3	4	5	4	4	31
28	4	4	4	3	4	4	4	4	31
29	4	4	4	3	4	4	4	3	30
30	4	4	4	5	4	3	3	4	31

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Selanjutnya, peneliti melakukan uji validitas variabel kualitas produk (Y) seperti pada uji variabel sebelumnya dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows Versi 26. Untuk melakukan uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan nilai r tabel, dimana pada penelitian ini nilai r tabel dapat dilihat dari *degree of freedom* ($df = n - k$, $df = 30 - 2$, $df = 28$). maka

didapatkan nilai dari $df = 28$ dengan tingkat signifikansi 0,05 didapatkan nilai r tabel = 0,361.

Ketentuan atau syarat dari pengujian validitas yaitu jika nilai dari r hitung positif dan lebih besar dari nilai r tabel maka butir soal dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel Y

No	Keterangan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel ($\alpha = 5\%$)	Hasil Penelitian
1	Y.1	0,742	0,361	Valid
2	Y.2	0,443	0,361	Valid
3	Y.3	0,659	0,361	Valid
4	Y.4	0,518	0,361	Valid
5	Y.5	0,525	0,361	Valid
6	Y.6	0,676	0,361	Valid
7	Y.7	0,675	0,361	Valid
8	Y.8	0,709	0,361	Valid
9	Y.9	0,692	0,361	Valid
10	Y.10	0,781	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Peneliti, olahan SPSS Versi 26 (2024)

Dari tabel di atas, diketahui bahwa validitas korelasi antar variabel menunjukkan korelasi dan signifikan antar setiap pasangan variabel dan nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari r tabel, maka bisa disimpulkan bahwa variabel X_1 , X_2 dan Y semuanya valid.

Sementara itu, reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat diandalkan, dengan Cronbach's Alpha yang mendekati 1 menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi

Tabel 4.11
Hasil Dari Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Kriteria
Desain Produk	30	0,773	Tinggi
Desain Proses	30	0,733	Tinggi
Kualitas Produk	30	0,835	Tinggi

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti dari hasil SPSS 26 (2024)

Dari tabel 4.11 dapat diketahui hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai yang lebih

besar dari nilai *Cronbach-alpha* yaitu 0,60, jadi semuanya dapat dikatakan reliabel atau instrumen dapat dipercaya dan dapat dilanjutkan untuk penelitian lebih lanjut.

6.1 Uji Hipotesis

6.1.1 Uji t (secara parsial)

Analisis uji t secara parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dalam model regresi. Dalam hal ini, kita akan melihat pengaruh desain produk dan desain proses secara parsial terhadap variabel dependen. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12
Uji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,805	3,895		,720	,478
	Desain Produk	,518	,169	,437	3,058	,005
	Desain Proses	,630	,185	,488	3,413	,002

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti dari hasil SPSS 26 (2024)

Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS sebagaimana pada tabel 4.12 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- T-statistik sebesar 0,422 menunjukkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. P-value (Sig.) sebesar 0,005 lebih kecil dari α (0,05), sehingga kita dapat menolak hipotesis nol bahwa Desain Produk tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- T-statistik sebesar 0,021 menunjukkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. P-value (Sig.) sebesar 0,002 lebih kecil dari α (0,05), sehingga kita dapat menolak hipotesis nol bahwa Desain Proses tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Analisis ini memberikan gambaran tentang seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Dalam konteks ini, Desain Produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan, sementara Desain Proses tidak memiliki pengaruh signifikan pada tingkat signifikansi tertentu.

36 6.1.2 Uji F (secara simultan)

80 Uji F secara simultan digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh yang signifikan dari sekurang-kurangnya satu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi.

69 Tabel 4.13
Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	465,803	2	232,902	37,769	,000 ^b
	Residual	166,497	27	6,167		
	Total	632,300	29			

138 Sumber: Data yang diolah oleh peneliti dari hasil SPSS26 (2024)

50 Dari tabel 4.19 F-Statistic sebesar 37,769 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. P-value (Sig.) sebesar 0.000 lebih kecil dari alpha (0.05), sehingga kita dapat menolak hipotesis nol bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari setidaknya satu variabel independen terhadap variabel dependen.

2 Analisis ini mengindikasikan bahwa setidaknya satu dari variabel independen (Desain Produk dan Desain Proses) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. 25

52 6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

96 Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen

berdasarkan kontribusi variabel independen. Berikut adalah hasil output SPSS untuk analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,805	3,895		,720	,478
	Desain Produk	,518	,169	,437	3,058	,005
	Desain Proses	,630	,185	,488	3,413	,002

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti dari hasil SPSS26 (2024)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 26, maka diperoleh hasil uji hipotesis secara parsial sebagai berikut:

1. *Intercept*:

Konstanta sebesar 2,805 menunjukkan nilai perkiraan variabel dependen ketika semua variabel independen diatur pada nilai nol.

2. Desain Produk:

Koefisien sebesar 0,518 menunjukkan bahwa dengan meningkatnya satu satuan Desain Produk, variabel dependen diharapkan meningkat sebesar 0,518, dengan asumsi variabel independen lain tetap.

3. Desain Proses:

Koefisien sebesar 0,630 menunjukkan bahwa dengan meningkatnya satu satuan Desain Proses, variabel dependen diharapkan meningkat sebesar 0,630, dengan asumsi variabel independen lain tetap.

4. Signifikansi (Sig.) menunjukkan apakah koefisien masing-masing variabel independen signifikan atau tidak. Dalam hal ini, Desain Produk dan Desain Proses keduanya signifikan pada tingkat signifikansi 0.05.

4.104 koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Berikut adalah hasil output SPSS untuk koefisien determinasi:

Tabel 4.15
Uji Korelasi dan Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.737	.717	2,483

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti dari hasil SPSS26 (2024)

R Square (Koefisien Determinasi): Sebesar 0.737. Ini berarti sekitar 73,7% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi ini. *R Square* berkisar antara 0 dan 1, dan semakin mendekati 1, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabilitas data.

Adjusted R Square: Nilai ini memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model dan dapat memberikan penilaian yang lebih kritis terhadap keberhasilan model. Dalam kasus ini, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.717 menunjukkan bahwa sekitar 71,7% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model.

Std. Error of the Estimate: Sebesar 2.604. Ini merupakan estimasi standar rata-rata kesalahan prediksi model terhadap nilai sebenarnya dari variabel dependen. Semakin rendah nilai ini, semakin baik model dalam memprediksi nilai variabel dependen.

4.7 Analisa Hasil Penelitian

4.7.1 Hasil Distribusi Data

Statistik deskriptif sebagai hasil distribusi data untuk masing-masing variabel:

1. Skor Desain Produk memiliki variasi antara 17 hingga 36, dengan rata-rata sekitar 29,13 dan deviasi standar sebesar 3,937. Hal ini mengindikasikan tingkat variasi dan sebaran skor Desain Produk dari responden.

2. Hasil data pada Desain Proses menunjukkan variasi antara 17 hingga 35, dengan rata-rata sekitar 29.20 dan deviasi standar sebesar 3.614.
3. Data mengenai Kualitas Produk menunjukkan variasi skor antara 20 hingga 43, dengan rata-rata sekitar 36.30 dan deviasi standar sebesar 4.669.

4.7.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari hasil penelitian diketahui bahwa validitas korelasi antar variabel menunjukkan korelasi dan signifikan antar setiap pasangan variabel dan nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari r tabel, maka bisa disimpulkan bahwa variabel X_1 , X_2 dan Y semuanya valid.

Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai *Cronbach-alpha* yaitu 0,60, jadi semuanya dapat dikatakan reliabel atau instrumen dapat dipercaya dan dapat dilanjutkan untuk penelitian lebih lanjut.

4.7.3 Hasil Uji Hipotesis

1. T statistik sebesar 3.058 menunjukkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. *P-value* (*Sig.*) sebesar 0.005 lebih kecil dari *alpha* (0.05), sehingga hipotesis nol (H_0) yang menyatakan ada pengaruh Desain Proses terhadap Kualitas Produk dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.
2. T statistik sebesar 3.413 menunjukkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. *P-value* (*Sig.*) sebesar 0.002 lebih kecil dari *alpha* (0.05), sehingga hipotesis nol (H_0) yang menyatakan ada pengaruh Desain Proses terhadap Kualitas Proses dapat

diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.

3. Analisis ini dilakukan untuk menguji apakah Desain Produk dan Desain Proses memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap Kualitas Produk. Hasil F-Statistic sebesar 37,769 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. P-value (Sig.) sebesar 0.000 lebih kecil dari α (0.05), sehingga hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh bersama-sama dari kedua variabel terhadap Kualitas Produk dapat diterima yang artinya Desain Produk dan Desain Proses secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Interpretasi Analisis Regresi

1. Analisis regresi linear berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Dalam konteks ini, peneliti ingin mengevaluasi sejauh mana Desain Produk dan Desain Proses berkontribusi terhadap Kualitas Produk. Dari hasil regresi, peneliti menarik beberapa kesimpulan tentang kontribusi Desain Produk dan Desain Proses terhadap Kualitas Produk, yakni:
 - a. Desain Produk: Jika koefisiennya signifikan dan positif, ini menunjukkan bahwa Desain Produk berhubungan dengan peningkatan Kualitas Produk.
 - b. Desain Proses: Jika koefisiennya signifikan dan positif, ini menunjukkan bahwa Desain Proses berhubungan dengan peningkatan Kualitas Produk.

Dengan memahami sejauh mana kedua variabel independen ini berkontribusi, UD. Meto merumuskan strategi yang lebih tepat

- 1 untuk meningkatkan kualitas produk, misalnya dengan meningkatkan desain produk atau menyesuaikan strategi desain proses sesuai dengan preferensi konsumen
2. Dalam konteks ini, nilai konstanta sebesar 2,805 menandakan estimasi kualitas produk pada titik nol variabel independen. Dengan kata lain, ketika Desain Produk dan Desain Proses bernilai nol, diperkirakan kualitas produk memiliki nilai sebesar 2,805.
 3. Desain Produk, dengan koefisien sebesar 0,518, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel ini diikuti oleh peningkatan kualitas produk sekitar 0,518, asumsinya adalah variabel independen lainnya tetap. Hal ini memberikan pemahaman bahwa desain proses dapat secara positif mempengaruhi tingkat kualitas produk.
 4. Desain Proses juga memiliki dampak yang signifikan, dengan koefisien sebesar 0,630. Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam Desain Proses diikuti oleh peningkatan kualitas produk sekitar 0,630, dengan asumsi variabel independen lainnya tidak berubah. Hal ini menandakan bahwa strategi Desain Proses yang efektif dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan tingkat kualitas produk.
 5. Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa Desain Produk dan Desain Proses secara bersama-sama dan secara individu memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kualitas produk. Hasil ini memberikan landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis dalam meningkatkan desain produk dan mengelola desain proses guna memperkuat kualitas produk pada UD. Meto. Analisis regresi ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara variabel-variabel tersebut dan memberikan dasar empiris untuk pengembangan strategi produksi yang lebih efektif.

4.8.2 Implikasi Hasil Terhadap UD. Meto

Desain produk memiliki peran yang sangat krusial dalam menentukan kualitas suatu produk. Proses desain tidak hanya sebatas pada estetika atau tampilan visual semata, tetapi juga mencakup aspek fungsional, ergonomis, dan performa produk. Pengaruh desain produk terhadap kualitas produk pada UD. Meto adalah:

1. Ergonomi dan Kenyamanan:

Desain produk yang baik harus mempertimbangkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan oleh konsumen. Produk yang dirancang dengan mempertimbangkan aspek ergonomis akan lebih nyaman digunakan, mengurangi risiko cedera atau kelelahan, dan meningkatkan kepuasan pengguna. Misalnya, kursi yang dirancang dengan penopang punggung yang tepat akan memberikan kenyamanan lebih dibandingkan dengan kursi yang tidak dirancang dengan baik.

2. Fungsionalitas dan Kinerja

Desain produk yang efektif harus mampu memenuhi kebutuhan fungsional dari penggunaannya. Ini mencakup bagaimana produk tersebut bekerja dan seberapa baik produk tersebut menjalankan fungsinya. Produk yang memiliki desain fungsional yang baik akan memiliki kinerja yang lebih optimal, tahan lama, dan lebih sedikit mengalami kerusakan.

3. Keandalan dan Durabilitas

Desain juga berpengaruh pada keandalan dan ketahanan produk. Pemilihan material yang tepat dan teknik manufaktur yang baik dapat meningkatkan umur pakai produk dan mengurangi frekuensi perbaikan atau penggantian. Produk yang dirancang dengan baik akan lebih tahan terhadap keausan dan kondisi lingkungan yang berat.

4. Estetika dan Daya Tarik

Meskipun aspek fungsional dan ergonomis sangat penting, desain estetika juga memiliki pengaruh besar terhadap kualitas produk. Produk yang menarik secara visual cenderung lebih diminati oleh konsumen. Desain yang estetik dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan persepsi kualitas dari produk tersebut.

5. Inovasi dan Diferensial

Desain yang inovatif dapat menciptakan nilai tambah dan membedakan produk dari kompetitornya. Inovasi dalam desain dapat berupa integrasi teknologi baru, fitur-fitur unik, atau pendekatan baru dalam penggunaan material. Produk yang memiliki desain inovatif seringkali dianggap lebih berkualitas karena menawarkan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang sudah ada di pasaran

6. Keselamatan dan Kesehatan

Aspek keselamatan dalam desain produk sangat penting untuk memastikan bahwa produk tersebut aman digunakan oleh konsumen. Desain yang baik harus mematuhi standar keselamatan dan regulasi yang berlaku. Misalnya, mainan anak-anak harus dirancang dengan menghindari bagian-bagian kecil yang bisa tertelan atau material yang beracun.

Secara keseluruhan, desain produk yang baik akan berkontribusi langsung pada peningkatan kualitas produk. Desain yang memperhatikan aspek ergonomis, fungsional, estetika, keandalan, inovasi, dan keselamatan akan menghasilkan produk yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional, aman, dan tahan lama. Oleh karena itu, proses desain harus dilakukan dengan cermat dan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kualitas akhir dari produk tersebut.

Selanjutnya, pengaruh desain produk terhadap kualitas produk pada UD. Meto dapat diketahui bahwa desain proses adalah salah satu

elemen penting dalam manufaktur yang berpengaruh langsung terhadap kualitas produk akhir. Desain proses mencakup perencanaan dan pengorganisasian seluruh langkah yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk, mulai dari pemilihan bahan baku, metode produksi, hingga pengujian dan pengiriman produk. Pengaruh desain proses terhadap kualitas produk, adalah:

1. Efisiensi dan Konsistensi

Desain proses yang baik memastikan efisiensi dalam setiap tahap produksi. Dengan langkah-langkah yang direncanakan secara tepat, waktu dan sumber daya dapat dihemat, yang berkontribusi pada penurunan biaya produksi dan peningkatan margin keuntungan. Selain itu, proses yang efisien akan menghasilkan produk dengan kualitas yang konsisten, karena setiap unit produk dibuat dengan metode dan standar yang sama. Misalnya, dalam produksi perabot rumah tangga, penggunaan jalur perakitan bahan baku kayu dengan menggunakan mesin dapat meningkatkan konsistensi dan mengurangi kesalahan manusia.

2. Pengendalian Kualitas

Pengendalian kualitas adalah aspek penting dari desain proses. Dengan menerapkan kontrol kualitas yang ketat di setiap tahap produksi, perusahaan dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar yang ditetapkan. Ini mencakup pengujian bahan baku, inspeksi selama proses produksi, dan pengujian akhir produk sebelum pengiriman. Desain proses yang baik akan mengintegrasikan langkah-langkah pengendalian kualitas ini untuk mendeteksi dan mengoreksi cacat sedini mungkin, sehingga mengurangi jumlah produk cacat yang mencapai konsumen.

3. Penggunaan Teknologi dan Otomatisasi

Penerapan teknologi canggih dan otomatisasi dalam desain proses dapat meningkatkan kualitas produk secara signifikan. Mesin dan peralatan yang modern dapat menghasilkan produk dengan presisi

dan akurasi yang tinggi. Selain itu, otomatisasi mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan kecepatan produksi. Misalnya, dalam industri perabot rumah tangga, penggunaan peralatan canggih untuk pemasangan komponen kecil dapat meningkatkan akurasi dan mengurangi tingkat kesalahan.

4. Fleksibilitas dan Adaptabilitas

Desain proses yang fleksibel memungkinkan perusahaan untuk dengan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan pasar atau inovasi produk. Fleksibilitas ini penting untuk memastikan bahwa kualitas produk tetap terjaga meskipun terjadi perubahan dalam spesifikasi atau volume produksi. Misalnya, dalam industri fashion, kemampuan untuk dengan cepat mengubah desain dan produksi sesuai tren yang sedang berkembang sangat penting untuk mempertahankan kualitas dan relevansi produk di pasar.

5. Pemilihan Bahan Baku

Desain proses yang baik harus mencakup pemilihan ²⁴ bahan baku yang tepat. Kualitas bahan baku yang digunakan akan sangat mempengaruhi kualitas produk akhir. Oleh karena itu, proses seleksi bahan baku harus dilakukan dengan cermat, mempertimbangkan faktor-faktor seperti keawetan, kekuatan, dan kesesuaian dengan spesifikasi produk. Misalnya, dalam produksi makanan, pemilihan bahan baku kayu berkualitas tinggi akan menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan tahan lama.

6. Pelatihan dan Keterampilan Tenaga Kerja

Kualitas produk juga dipengaruhi oleh keterampilan dan pengetahuan ³⁶ tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi. Desain proses yang baik harus mencakup program pelatihan yang memadai untuk memastikan bahwa semua pekerja memahami prosedur dan standar kualitas yang harus dipenuhi. Pekerja yang terlatih dengan baik lebih mampu mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang muncul selama produksi, sehingga kualitas produk dapat terjaga dengan baik.

7. Lingkungan dan Keselamatan Kerja

Desain proses yang memperhatikan aspek lingkungan dan keselamatan kerja akan berkontribusi pada kualitas produk. Lingkungan kerja yang bersih, aman, dan sehat akan meningkatkan produktivitas dan moral pekerja, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi keselamatan dan lingkungan juga penting untuk menghindari masalah hukum dan reputasi yang dapat mempengaruhi kualitas produk di mata konsumen

Secara keseluruhan, desain proses yang baik adalah kunci untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Dengan merencanakan dan mengorganisasikan setiap tahap produksi secara efisien, menerapkan kontrol kualitas yang ketat, memanfaatkan teknologi canggih, dan memperhatikan faktor-faktor manusia serta lingkungan, perusahaan dapat memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar kualitas yang tinggi tetapi juga memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen.

4.9 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian maka, dapat disimpulkan bahwa:

1. T-statistik sebesar 3.058 menunjukkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. *P-value* (*Sig.*) sebesar 0.005 lebih kecil dari *alpha* (0.05), sehingga hipotesis (H_0) yang menyatakan ada pengaruh Desain Proses terhadap Kualitas Produk dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD.

Metode

Hasil penelitian di atas sejalan dengan pendapat Danik Istifani (2022) yang menyatakan Desain Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), sedangkan Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap keputusan

Pembelian (Y), lalu secara simultan desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

Dengan demikian, dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Desain Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas produk (Y), sehingga dari pembahasan di atas maka hipotesis pada variabel X1) diterima.

2. T-statistik sebesar 3.413 menunjukkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. P-value (Sig.) sebesar 0.002 lebih kecil dari α (0.05), sehingga hipotesis nol (H02) yang menyatakan ada pengaruh Desain Proses terhadap Kualitas Proses dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meta.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan pendapat M. Barry Ekaputra (2019) yang menyatakan bahwa penelitian diketahui desain produk, desain proses dan kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi baik, serta desain produk dan proses desain memiliki efek simultan pada kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya, tapi salah satu variabel x desain produk ini tidak berpengaruh parsial terhadap kualitas produk. Saran untuk Pocket 22 adalah harus selalu memperhatikan dan terus mengembangkan desain dan pembuatan proses desain dan proses manufaktur produk, terutama ketika setiap pelanggan mulai bosan dengan desain yang sudah ada. Sehingga kualitas produk tetap terjaga dengan baik.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan pendapat Danik Istifani (2022) yang menyatakan Desain Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), sedangkan Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), lalu secara simultan desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

Dengan demikian, dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa

Desain Proses (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas produk (Y), sehingga dari pembahasan di atas maka hipotesis pada variabel X2) diterima.

3. Analisis ini dilakukan untuk menguji apakah Desain Produk dan Desain Proses memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap Kualitas Produk. Hasil F-Statistic sebesar 37.769 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. P-value (Sig.) sebesar 0.000 lebih kecil dari α (0.05), sehingga hipotesis nol (H03) yang menyatakan ada pengaruh bersama-sama dari kedua variabel terhadap Kualitas Produk dapat diterima yang artinya Desain Produk dan Desain Proses secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.

Hasil penelitian di atas sejalan dengan pendapat Danik Istifani (2022) yang menyatakan Desain Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), sedangkan Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), lalu secara simultan desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

Dengan demikian maka jelas bahwa Desain Produk (X1) dan Desain Proses (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Produk (Y) sehingga dapat dikatakan hipotesis diterima.

Dengan demikian dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Desain Proses (X2) dan Desain Proses (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas produk (Y), sehingga dari pembahasan di atas maka hipotesis pada variabel (X1 dan X2) diterima.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di UD. Meto tentang pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Dari hasil uji instrument penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima.
2. Dari hasil perhitungan dan uji instrument yang digunakan pada penelitian, yaitu:
 - a. Uji validitas variabel X1, X2 dan Y dinyatakan valid, dimana hasil r hitung lebih besar dari r tabel yakni 361.
 - b. Uji Reliabilitas variabel X yaitu $0,642 > 0,60$, sehingga dari hasil uji realibilitas variabel X yang nilai koefisien alpha nya $0,691$ dinyatakan *realible*. Variabel Y yaitu $0,724 > 0,60$, sehingga dari hasil uji realibilitas variabel Y yang nilai koefisien alpha nya $0,724$ dinyatakan *realible*.
 - c. Koefisien korelasi di atas, (r_{xy}) item nomor 1 diperoleh sebesar $0,999\%$ dan untuk $N = 30$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ diperoleh data $r_{tabel} = 0,361$. Dengan mempedomani kriteria valid tidak valid, maka item nomor 1 pada angket dengan r_{xy} yakni $0,999 > 0,361$ disimpulkan valid.
 - d. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, maka Signifikansi (Sig.) menunjukkan apakah koefisien masing-masing variabel independen signifikan atau tidak. Dalam hal ini, desain produk dan desain proses keduanya signifikan pada tingkat signifikansi 0.05 .
3. Desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas produk pada UD. Meto. Hal ini diperkuat oleh nilai T-statistik sebesar 3.058 dan *P-value* (Sig.) sebesar 0.005 yang lebih kecil dari alpha (0.05). Oleh

karena itu, peningkatan desain produk dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk.

4. Desain Proses juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas produk pada UD. Meto. Nilai T-statistik sebesar 3.413 dan *P-value* (*Sig.*) sebesar 0.002 menunjukkan bahwa desain proses berperan penting dalam membentuk kualitas produk. Oleh karena itu, perencanaan dan strategi desain proses dapat meningkatkan tingkat kualitas produk.
5. Secara bersama-sama, Desain Produk dan Desain Proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto. Hasil uji F-Statistik sebesar 37.769 dan *P-value* (*Sig.*) sebesar 0.000 mengindikasikan bahwa kombinasi desain produk dan desain proses memberikan dampak yang lebih besar terhadap kualitas produk.

61

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas produk pada UD. Meto, yaitu:

1. Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar memberikan pelatihan bagi karyawan tentang pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk yang diharapkan pelanggan.
2. Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi desain produk sesuai dengan tujuan perusahaan dan untuk memenuhi harapan pelanggan, karakteristik produk/jasa, biaya produksi, pemasaran, persepsi konsumen, dan faktor persaingan.
3. Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar merancang strategi yang mengintegrasikan peningkatan desain produk dengan desain proses yang optimal.
4. Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar memperhatikan faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan, ikatan emosional, kepercayaan dan pengalaman pelanggan dalam merancang strategi integrasi.
5. Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar mempertimbangkan prinsip-prinsip komunikasi seperti komunikasi terbuka, saluran

komunikasi yang diversifikasi, responsif terhadap umpan balik, dan integrasi komunikasi dalam strategi pelayanan

6. Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar mengkomunikasikan perubahan dan peningkatan secara terbuka dan jelas kepada pelanggan melalui berbagai saluran.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Univesitas Udayana.
- Arikunto, Suharsimi. (2018). *Prosedur Penelitian*, Edisi Revisi VI. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Asdjudireja. (2021). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi. FEUI. Jakarta.
- Azany, Frena, (2020). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bellagio Java Supermall Semarang)*. Skripsi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Berkowitz, et. al., (2019), *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Deming, (2017), *Manajemen Terpadu Edisi kedua*, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N. Nasution,
- Garvin dan Davis, (2019) *Manajemen Terpadu Edisi kedua*, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N. Nasution.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi. (2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Hani, (2020), *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera).
- Harold. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, dan Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Mitra, Bestari. (2019). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. indeks. Jakarta.
- M. Suyanto, (2017), *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset).
- M. Nur Rianto Al Arif, 2010, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung :Alfabeta)
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

- Numajamudin, (2019), *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo)
- Petter Salim, (2019), *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modren English Press), Ed.2.
- Reksohadiprodjo, (2019), *Pemasaran*. Buku I Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Ricky et. al, 2019, *Bisnis edisi kedelapan*, (Jakarta :Erlangga).
- Stanton. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat*. Alqaprint. Sumedang.
- Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Cetakan ke 1. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. V.W, (2021) *Pemasaran Industri (Business to Business Marketing*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryabrata, Sumadi. (2017). *Metode Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono. Fandy. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. (2018). *Study Kelayakan Bisnis Edisi 2*. PT. Gramedia Pusaka Utama. Jakarta.
- Zuriah, Nurul. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.

Lampiran I

KUESIONER

1
Judul : Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Kualitas Produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat

Terimakasih telah berpartisipasi dalam penyelesaian kuesioner ini. Kami sangat menghargai kontribusi Anda dan ingin meminta bantuan Anda untuk melengkapi kuesioner ini. Respons Anda akan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat. Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan memberikan komentar atau saran yang bersifat konstruktif dengan memberikan tanda centang.

Informasi Umum

- 94 Nama lengkap :
 2. Umur :
 3. Jenis kelamin : a. Laki-laki / b. Perempuan
 4. Pendidikan :

A. DESAIN PRODUK (X)

110

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Variasi Desain	1 Variasi desain dapat memberikan nilai tambah pada suatu produk					
		2 Konsumen cenderung lebih memilih desain yang klasik dan tradisional dibandingkan dengan desain yang lebih modern dan inovatif					
		3 variasi desain yang unik dan eksperimental dapat menciptakan kesan yang lebih kuat pada konsumen					
		4 cenderung memilih produk yang menawarkan banyak opsi variasi desain					
2	Model Terbaru	5 Konsumen cenderung membeli produk baru jika memiliki fitur atau desain yang inovatif					
		6 mempertimbangkan model terbaru produk sebagai faktor penting dalam proses pembelian					
		7 Konsumen cenderung mengevaluasi ulang keputusan pembelian saya ketika ada model terbaru dari produk yang saya sukai					
3	Desain Mengikuti Tren	8 Konsumen cenderung membeli produk yang memiliki desain yang sedang tren saat ini					
		9 Konsumen merasa bahwa desain produk yang mengikuti tren seringkali lebih menarik secara visual dibandingkan dengan desain yang tidak mengikuti tren					
		10 Konsumen mempertimbangkan tren desain produk sebagai faktor penting dalam proses pembelian					

B. DESAIN PROSES (X2)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS	
1	Perencanaan produksi	1	Sebelum membuat proses desain produk, maka perusahaan memulai tahapan perencanaan produksi					
		2	Perusahaan menentukan terlebih dahulu produk yang akan dibuat, yaitu dengan gambar terlebih dahulu jenis dan bentuk produk yang akan diproduksi.					
		3	Perusahaan menentukan kelompok produksi dalam hubungannya dengan peralatan yang dimiliki oleh perusahaan dilakukan pengelompokan ini disebabkan karena peralatan yang digunakan oleh perusahaan beragam sesuai dengan masing-masing peralatan.					
2	Pengkajian kelayakan proses	4	Perusahaan sebelum memproduksi lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan pengkajian kelayakan proses desain					
		5	Pengkajian kelayakan proses dilakukan untuk bertujuan untuk mengurangi atau meminimalkan kesalahan dalam proses produksi					
		6	Pengkajian kelayakan proses dinilai oleh tim yang telah ditentukan oleh perusahaan.					
3	Pengkajian kemampuan proses	7	Perusahaan sebelum memproduksi harus mengecek kapasitas produksi yang akan optimal.					
4	Pengembangan peralatan proses	8	Perusahaan mampu menyediakan alat proses produksi sesuai yang dibutuhkan.					
5	Rancangan proses	9	Rancangan proses dilakukan untuk merancang atau mendesain produk yang akan dihasilkan.					
6	Evaluasi produk ulang	10	Perusahaan melakukan evaluasi produk sebelum dipasarkan untuk meminimalkan produk cacat.					

2

C. KUALITAS PRODUK (Y)

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS	
1	Produk harapan	1	Produk UD. Meto di Kabupaten Nias Barat memenuhi standar kualitas yang saya harapkan					
		2	Harga produk UD. Meto di Kabupaten Nias Barat sebanding dengan kualitas yang ditawarkan					
2	Produk utama	3	Produk utama pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat menawarkan fungsi yang lebih baik dibandingkan produk sejenis					

		4	Desain produk utama ini menarik dan sesuai dengan keinginan pelanggan					
3	Produk generik	5	Produk generik pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat memberikan nilai yang baik untuk uang yang dikeluarkan.					
		6	Produk generik ini tersedia dalam variasi desain yang cukup					
4	Produk pelengkap	7	Produk pelengkap pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat memiliki fitur yang saya butuhkan					
		8	Harga produk pelengkap pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat sebanding dengan kualitas yang ditawarkan					
5	Produk potensial	9	Produk potensial yang dimiliki UD. Meto di Kabupaten Nias Barat menarik perhatian pelanggan untuk memilikinya.					
		10	Pelanggan sangat tertarik pada kualitas produk yang dipasarkan sebagai produk potensial dengan harga terjangkau					

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN PADA UD. METO





PENGARUH DESAIN PRODUK DAN DESAIN PROSES TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA UD. METO DI KABUPATEN NIAS BARAT

ORIGINALITY REPORT

43%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repositori.unsil.ac.id Internet	763 words — 5%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet	620 words — 4%
3	karya.brin.go.id Internet	287 words — 2%
4	repository.um-palembang.ac.id Internet	239 words — 2%
5	123dok.com Internet	220 words — 2%
6	www.e-jurnal.com Internet	219 words — 2%
7	repositori.stiamak.ac.id Internet	215 words — 1%
8	journal.arimbi.or.id Internet	182 words — 1%
9	repository.uir.ac.id Internet	117 words — 1%

10	idr.uin-antasari.ac.id Internet	115 words — 1%
11	www.scribd.com Internet	109 words — 1%
12	makalahnih.blogspot.com Internet	106 words — 1%
13	repositori.usu.ac.id Internet	96 words — 1%
14	eprints.radenfatah.ac.id Internet	93 words — 1%
15	core.ac.uk Internet	86 words — 1%
16	adoc.pub Internet	82 words — 1%
17	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	74 words — 1%
18	repository.upi.edu Internet	74 words — 1%
19	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet	72 words — < 1%
20	jurnal.peko.uniba-bpn.ac.id Internet	70 words — < 1%
21	repository.unusia.ac.id Internet	66 words — < 1%

22	ejurnal.stie-trianandra.ac.id Internet	65 words — < 1%
23	dspace.uui.ac.id Internet	60 words — < 1%
24	repository.ub.ac.id Internet	58 words — < 1%
25	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	51 words — < 1%
26	repository.uinbanten.ac.id Internet	51 words — < 1%
27	docplayer.info Internet	48 words — < 1%
28	repository.widyatama.ac.id Internet	45 words — < 1%
29	eprints.undip.ac.id Internet	42 words — < 1%
30	fdocuments.net Internet	42 words — < 1%
31	repo.darmajaya.ac.id Internet	42 words — < 1%
32	journal-nusantara.com Internet	40 words — < 1%
33	jurnal.ibik.ac.id Internet	38 words — < 1%

ejournal.sisfokomtek.org

34	Internet	36 words — < 1%
35	eprints.unmas.ac.id Internet	36 words — < 1%
36	text-id.123dok.com Internet	35 words — < 1%
37	ejournal.unsrat.ac.id Internet	34 words — < 1%
38	repository.umsu.ac.id Internet	34 words — < 1%
39	simakterus.com Internet	33 words — < 1%
40	arifuddin-proposalptk.blogspot.com Internet	32 words — < 1%
41	repository.usd.ac.id Internet	32 words — < 1%
42	repository.unpas.ac.id Internet	29 words — < 1%
43	Ahmad Sidieq Mubaroq. "Riset produk baru Lobster Lada Merah Putih Ala Asmuri Café Resto", Open Science Framework, 2022 Publications	27 words — < 1%
44	adoc.tips Internet	27 words — < 1%
45	Gita Fadillah Ramadhani, Joni Hendra, Tatik Amani. "PENGARUH INFLASI DAN SUKU BUNGA	25 words — < 1%

TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2019", JUMAD : Journal Management, Accounting, & Digital Business, 2023
Crossref

46	repository-feb.unpak.ac.id Internet	25 words — < 1%
47	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet	25 words — < 1%
48	almiasari.blogspot.com Internet	24 words — < 1%
49	e-journal.unmas.ac.id Internet	24 words — < 1%
50	etheses.uin-malang.ac.id Internet	24 words — < 1%
51	ppjp.ulm.ac.id Internet	24 words — < 1%
52	repository.ar-raniry.ac.id Internet	24 words — < 1%
53	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet	23 words — < 1%
54	journal.perbanas.ac.id Internet	22 words — < 1%
55	www.hashmicro.com Internet	22 words — < 1%
56	docobook.com Internet	

21 words — < 1%

57 jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id
Internet

21 words — < 1%

58 Sukarsih Sukarsih, Zulkarnain Zulkarnain, Gafar Alamsyah, Lukman Asha. "Model Pengembangan Kepemimpinan Islami Siswa di Sekolah: Analisis Interaksi Antara Kurikulum, Motivasi Belajar, dan Kinerja Guru", Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT), 2024
Crossref

20 words — < 1%

59 anzdoc.com
Internet

20 words — < 1%

60 digilibadmin.unismuh.ac.id
Internet

20 words — < 1%

61 eprints.pancabudi.ac.id
Internet

20 words — < 1%

62 repository.uinsu.ac.id
Internet

20 words — < 1%

63 repository.unama.ac.id
Internet

20 words — < 1%

64 repository.unmuhpnk.ac.id
Internet

20 words — < 1%

65 etd.iain-padangsidempuan.ac.id
Internet

19 words — < 1%

66 digilib.uinkhas.ac.id
Internet

18 words — < 1%

67	ojs.atmajaya.ac.id Internet	18 words — < 1%
68	digilib.uinsby.ac.id Internet	17 words — < 1%
69	eprints.unm.ac.id Internet	17 words — < 1%
70	journal.stieamkop.ac.id Internet	17 words — < 1%
71	www.slideshare.net Internet	17 words — < 1%
72	Miftakul Huda. "ANALISIS PERBAIKAN KUALITAS INJECTION PART DENGAN PENDEKATAN LEAN SIX SIGMA", EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 2020 Crossref	16 words — < 1%
73	alvindayu.com Internet	16 words — < 1%
74	digilib.unimed.ac.id Internet	16 words — < 1%
75	repository.unib.ac.id Internet	16 words — < 1%
76	Yuliana. "ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN ANYAMAN BIDAI KERAJINAN TANGAN MASYARAKAT DESA JAGOI KECAMATAN JAGOI BABANG KABUPATEN BENGKAYANG", Business, Economics and Entrepreneurship, 2021 Crossref	15 words — < 1%
77	e-journals.unmul.ac.id	

Internet

15 words — < 1%

78 repository.unbari.ac.id

Internet

15 words — < 1%

79 www.researchgate.net

Internet

15 words — < 1%

80 Siti Abadiyah, Karyo Karyo. "PENGARUH MEETING PAGI DAN SORE TERHADAP TINGKAT EFEKTIFITAS PEKERJA PADA PROYEK TRANS PARK BINTARO", Journal of Sustainable Civil Engineering (JOSCE), 2021

Crossref

14 words — < 1%

81 conference.binadarma.ac.id

Internet

14 words — < 1%

82 fr.scribd.com

Internet

14 words — < 1%

83 info.trilogi.ac.id

Internet

14 words — < 1%

84 repository.radenintan.ac.id

Internet

14 words — < 1%

85 Nurul Ichsan Hasan, Rona Roudhotul Jannah. "Efektifitas Penyaluran Dana ZIS : Studi Kasus pada SMA Terbuka Binaan LAZ Sukses Kota Depok", AL-FALAH : Journal of Islamic Economics, 2019

Crossref

13 words — < 1%

86 issuu.com

Internet

13 words — < 1%

87 library.walisongo.ac.id

Internet

13 words — < 1%

88 prosiding.unipma.ac.id
Internet

13 words — < 1%

89 pt.scribd.com
Internet

13 words — < 1%

90 repository.iainkudus.ac.id
Internet

13 words — < 1%

91 repository.uinjambi.ac.id
Internet

13 words — < 1%

92 repository.unfari.ac.id
Internet

13 words — < 1%

93 repository.upbatam.ac.id
Internet

13 words — < 1%

94 repository.ut.ac.id
Internet

13 words — < 1%

95 Mega Utami, Risma Zaliani, Putri Kardella Utami, Muhammad Adjie Adha. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN BRAND APPEL IPHONE", Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2022
Crossref

12 words — < 1%

96 Nia Lavenia, Andi Amri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Chek in Counter Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai", eCo-Fin, 2024
Crossref

12 words — < 1%

97	repository.iainpalopo.ac.id Internet	12 words — < 1%
98	digilib.iainlangsa.ac.id Internet	11 words — < 1%
99	es.scribd.com Internet	11 words — < 1%
100	indeksprestasi.blogspot.com Internet	11 words — < 1%
101	journal.stieken.ac.id Internet	11 words — < 1%
102	www.ie.its.ac.id Internet	11 words — < 1%
103	Akbar Rakhman, Tri Septin Muji Rahayu. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VARIASI AUDIO MOBIL DI SUBUR AUDIOWORKSHOP PURWOKERTO", Media Ekonomi, 2017 Crossref	10 words — < 1%
104	Indah Dwi Agustin, Fityan Izza Noor Abidin. "Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19", Innovative Technologica: Methodical Research Journal, 2024 Crossref	10 words — < 1%
105	journal.stimaimmi.ac.id Internet	10 words — < 1%
106	journal.uc.ac.id Internet	10 words — < 1%

107	journals.hnpu.edu.ua Internet	10 words — < 1%
108	repositori.uma.ac.id Internet	10 words — < 1%
109	repository.bsi.ac.id Internet	10 words — < 1%
110	skripsistie.files.wordpress.com Internet	10 words — < 1%
111	www.syekhnurjati.ac.id Internet	10 words — < 1%
112	1library.net Internet	9 words — < 1%
113	bappeda.babelprov.go.id Internet	9 words — < 1%
114	docshare.tips Internet	9 words — < 1%
115	e-journal.iainptk.ac.id Internet	9 words — < 1%
116	ejournal.iainbatanghari.ac.id Internet	9 words — < 1%
117	elibrary.unikom.ac.id Internet	9 words — < 1%
118	eprints.binus.ac.id Internet	9 words — < 1%

119	eprints.unisnu.ac.id Internet	9 words — < 1%
120	erepo.unud.ac.id Internet	9 words — < 1%
121	id.123dok.com Internet	9 words — < 1%
122	karyatulisku.com Internet	9 words — < 1%
123	marketingadalah.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
124	repository.nobel.ac.id Internet	9 words — < 1%
125	repository.unhas.ac.id Internet	9 words — < 1%
126	rumahskripsilengkap.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
127	www.bappedaniasbaratkab.org Internet	9 words — < 1%
128	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id Internet	9 words — < 1%
129	Agung Wijaya, Jeni Wulandari, Prasetya Nugeraha. "KAJIAN TENTANG KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN DALAM PERSPEKTIF THEORY OF PLANNED BEHAVIOR", JURNAL SOSIAL HUMANIORA, 2020 Crossref	8 words — < 1%

130 Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020
Crossref 8 words — < 1%

131 Khoirul Ikhwan. "PENGARUH JENIS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN HAND PHONE ANDROID DI COUNTER CLINIK ANDROID MADIUN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2015
Crossref 8 words — < 1%

132 Risma Wati Dewi, Atika Jauhari Hatta, Frasto Biyanto. "Dampak Efek Pengamat, Sistem Whistleblowing, Asimetri Informasi, dan Tekanan Finansial pada Terjadinya Kecurangan dalam Laporan Keuangan", Journal of Culture Accounting and Auditing, 2023
Crossref 8 words — < 1%

133 eprint-sendratasik, Abrilia Dwi Alfianingrum. "BENTUK PERTUNJUKAN KESENIAN BARONGAN WAHYU BUDAYA DI DUKUH KARANG REJO DESA LORAM KULON KECAMATAN JATI KABUPATEN KUDUS", INA-Rxiv, 2017
Publications 8 words — < 1%

134 eprints.unisbank.ac.id
Internet 8 words — < 1%

135 eprints.walisongo.ac.id
Internet 8 words — < 1%

136 id.scribd.com
Internet 8 words — < 1%

137 journal.unismuh.ac.id
Internet 8 words — < 1%

138	journal.unj.ac.id Internet	8 words — < 1%
139	jurnal.umsb.ac.id Internet	8 words — < 1%
140	jurnal.usbypkp.ac.id Internet	8 words — < 1%
141	jurnal.utu.ac.id Internet	8 words — < 1%
142	makalahtugaspaper.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
143	pdfcoffee.com Internet	8 words — < 1%
144	repository.metrouniv.ac.id Internet	8 words — < 1%
145	repository.stipjakarta.ac.id Internet	8 words — < 1%
146	www.balibajaringan.com Internet	8 words — < 1%
147	www.blogarama.com Internet	8 words — < 1%
148	www.igjepara.com Internet	8 words — < 1%
149	www.jurnalskripsi.net Internet	8 words — < 1%

-
- 150 www.skripsi.id Internet 8 words — < 1%
-
- 151 Imron Imron. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang", Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 2019 Crossref 7 words — < 1%
-
- 152 Jaka Darmawan, Widya Eka Saputri. "Faktor-Faktor Ekonomi yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting", Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2020 Crossref 7 words — < 1%
-
- 153 Pande Luh Gede Vera Purnama Dewi, I Made Santosa. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain Terhadap Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-Max Pada CV. Waja Motor Cabang Ubud Gianyar", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2018 Crossref 7 words — < 1%
-
- 154 Randa Syahbudin, Tinneke M. Tumbel, Anneke Punuindoong. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani", Productivity, 2023 Crossref 7 words — < 1%
-
- 155 gudang-makalah-download.blogspot.com Internet 7 words — < 1%
-
- 156 johannessimatupang.wordpress.com Internet 7 words — < 1%
-
- 157 Ignatius Wolter Umboh, Lisbeth Mananeke, Indrie Palandeng. "PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU, PROSES PRODUKSI DAN KUALITAS TENAGA KERJA TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA PT CAVRON GLOBAL LEMBEAN", 6 words — < 1%

158 Syahril Hasan, Jihan Jihan, Tekat Sukomardojo, Endang Fatmawati, Muhammad Hermansyah. "DETERMINING FACTORS PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET PADA MAHASISWA", Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen, 2023 6 words — < 1%
Crossref

159 Winston - Pontoh. "Goodwill No. 1 Vol. 4 Juni 2013", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2013 6 words — < 1%
Crossref

160 information4lecture.blogspot.com 6 words — < 1%
Internet

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF