

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

By SERIUS WARUWU

3
**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN DESAIN PROSES
TERHADAP K²⁷UALITAS PRODUK PADA UD.METO
DI KABUPATEN NIAS BARAT**

SKRIPSI



Oleh:

SERIOUS WARUWU
NIM. 2319458

18
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NIAS
2024

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi memiliki dampak besar pada kehidupan manusia, terutama dalam dunia bisnis 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. Karena itu, perencanaan produksi menjadi salah satu langkah penting dalam menghadapi persaingan, mengembangkan usaha, dan mencapai keuntungan.. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu menawarkan produk yang berkualitas dan mampu memenuhi selera konsumen yang selalu berubah. Oleh karena itu, 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 pelanggan.

Memahami keinginan konsumen menjadi perhatian utama bagi perusahaan di berbagai industri, termasuk industri furnitur. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya minat individu terhadap desain peralatan rumah tangga, terutama di kalangan 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 perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan, karena hal ini mencerminkan identitas perusahaan. Upaya untuk menjaga desain agar tetap unggul dan menjadi nomor satu sangat penting untuk menjaga citra positif perusahaan di mata pelanggan. Dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang cepat, persaingan antar pelaku bisnis semakin sengit. Perusahaan harus terus berinovasi dan menerapkan strategi yang tepat untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan.

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

Memahami pengaruh desain dan proses desain terhadap kualitas produk perabot sangat penting, karena desain memiliki dampak signifikan 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 dan pengaruh desain terhadap kualitas produk perabot di lokasi penelitian, peneliti sangat tertarik untuk menyelidiki lebih dalam mengenai dampak desain proses dan desain produk terhadap kualitas produk. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk melakukan kajian ilmiah dan 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

Beberapa permasalahan terkait penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut dari konteks permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya:

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) menyampaikan bahwa pembatasan permasalahan penting untuk menjaga fokus eksplorasi agar tetap terpusat dan tidak melenceng dari isu sentral yang belum terselesaikan sepenuhnya. Hal ini membantu analis untuk lebih memusatkan perhatian pada pencapaian tujuan penelitian”.

Untuk memastikan penelitian ini tetap terfokus dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, serta mempermudah proses pembahasan, masalah harus dibatasi. Oleh karena itu, fokus penelitian ini hanya akan tertuju pada dampak desain proses dan desain produk terhadap kualitas produk UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

1.4 Rumusan Masalah

Masalah adalah perbedaan atau kesenjangan antara hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang terjadi. Dengan memahami permasalahan, tindakan yang diambil akan lebih tepat dan tidak menyimpang dari persoalan yang ada.

Berdasarkan uraian sebagaimana dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah desain produk mempengaruhi kualitas produk pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat?
2. Apakah desain proses mempengaruhi 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 adanya kegiatan 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 kualitas produk UD dipengaruhi oleh desain proses dan desain produk. 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 memperluas pengetahuan dan pengalaman peneliti mengenai 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 di UD. Meto, 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 pada 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 fungsional adalah komponen eksplorasi yang menyarankan bagaimana mengukur suatu variabel atau semacam panduan pelaksanaan tentang metode yang paling mahir untuk mengukur suatu variabel.

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 diterapkan dalam kegiatan produksi. Proses ini mencakup berbagai aspek, seperti bentuk, kualitas, bahan-bahan yang digunakan, serta jenis produksi yang diterapkan.
3. Kualitas produk mencakup semua karakteristik dan atribut dari suatu produk atau layanan yang menentukan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Produk

11

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, dipakai, direvisi, dan dimusnahkan.

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

22

Menurut Stanton (2020), desain produk merupakan salah satu aspek kunci dalam membentuk citra produk. Perusahaan semakin menyadari nilai pemasaran dari desain produk, terutama 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. Warna yang dimanfaatkan secara optimal dapat meningkatkan penjualan produk. Hal serupa berlaku untuk

memastikan bahwa **5** **citra kualitas produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Para eksekutif pemasaran harus dapat membuat keputusan yang tepat mengenai kualitas produk, agar produk tersebut memenuhi tingkat kualitas yang sesuai dengan fungsinya.**

Parameter desain produk ada tujuh menurut Kotler (2019), **6** adalah yaitu:

1. Ciri-ciri

Ciri-ciri suatu produk yang menunjang fungsi fundamentalnya disebut ciri. Banyak item dapat dilengkapi dengan highlight tambahan yang berbeda. Karakteristik suatu produk berfungsi sebagai alat kompetitif untuk membedakannya dari pesaing. Beberapa organisasi sangat imajinatif dalam menambahkan elemen baru ke produk mereka. Kapasitas perusahaan Jepang yang stabil untuk mengerjakan produk-produk unggulan tertentu, misalnya jam tangan, kendaraan, dan pengolah angka, merupakan salah satu elemen penting dalam kesuksesannya. Dirasa sangat efektif untuk menghadapi persaingan dengan menambahkan fitur-fitur baru.

2. Kinerja

Pembeli produk mahal **5** ring kali membandingkan kinerja berbagai merek dalam hal **tingkat karakteri 12** utama produk saat beroperasi. Seringkali, pelanggan bersedia membayar lebih untuk kinerja yang lebih baik selama biaya tambahan tersebut dianggap sepadan.

3. **65** Kesesuaian

Sejauh mana desain dan pengoperasian suatu produk memenuhi standar yang diinginkan **12**ebut sebagai penyesuaian. Kualitas kesamaan mengacu pada tingkat kesesuaian dan kepuasan semua unit yang disampaikan dibandingkan dengan rincian target yang telah ditentukan sebelumnya. Karena berkaitan dengan kesesuaian terhadap spesifikasi tersebut, maka prosedur ini disebut dengan kesesuaian.

5 4. Tahan Lama (*Durability*)

Daya tahan adalah ukuran dari periode waktu yang diharapkan untuk operasi suatu produk. Misalnya, Volvo mempromosikan mobilnya sebagai kendaraan **5** dengan masa pakai yang lebih lama untuk membenarkan harga yang lebih tinggi. Pembeli umumnya lebih cenderung membayar ekstra untuk produk yang menjanjikan daya tahan yang lebih lama.

5. Tahan Uji (*Reliabilitas*)

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

6. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

Kemudahan perbaikan suatu produk jika terjadi masalah atau kerusakan dikenal sebagai "kemampuan untuk diperbaiki". Kemudahan perbaikan yang ideal adalah produk dapat diperbaiki dengan cepat dan mudah dengan sedikit atau tanpa biaya.

5

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*).

129

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

139

2.1.2 Ruang Lingkup Desain Produk

Konfigurasi objek adalah bidang ilmu pengetahuan yang abadi, yang selalu terkait erat dengan seluruh bagian keberadaan 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

Lingkup desain produk sangat luas, mencakup berbagai aspek yang dapat dikelola oleh para profesional di bidang ini. Bagaimanapun, dalam lingkungan global, terdapat pengajaran yang jelas, khususnya rencana produk, komputerisasi visual, dan rencana internal.

1

Menurut Tjiptono (2017: 152), desain produk dapat dibagi menjadi beberapa kategori kompetensi, yaitu:

1. Merancang peralatan.
2. Rancangan perkakas daerah setempat.
3. Rencana perangkat keras transportasi.
4. Desain produk kerajinan (*kriya*).

2.1.3 Fungsi Desain Produk

Hampir semua produk 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. Tujuan dari fungsi desain produk dalam konteks ini adalah untuk menarik minat pelanggan terhadap suatu produk dengan tujuan mempengaruhi dan meningkatkan keputusan pembelian mereka.

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

1. Meningkatkan produk yang sudah ada.
2. Salah satu tujuan desain produk adalah mengurangi biaya dengan memperbaiki proses produksi dan operasional.
3. Menganalisa produk pesaing
4. Desain produk juga bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya dengan memanfaatkan sisa bahan dan limbah produksi untuk menciptakan produk sampingan.
5. Kontrol kualitas yang lebih baik atas komponen mentah yang dibeli merupakan cara penting dalam menjaga kualitas barang.
6. Mengembangkan produk baru.
7. Selain itu, fungsi-fungsi baru pada produk yang sudah ada di pasaran menjadi fokus desain produk.

2.1.5 Tahapan-Tahapan Desain Produk

Konsep produk dikembangkan dari berbagai sumber internal dan eksternal. Ide-ide yang secara efektif lolos tahap konfigurasi item akan melalui siklus yang terus-menerus, termasuk peningkatan kritik dan penilaian dalam iklim partisipatif untuk membatasi kemungkinan kekecewaan.

Asdjuredja (2021: 58) menjelaskan tahapan-tahapan dalam proses rencana barang sebagai berikut:

1. Mencoba mencari ide.
2. Pemilihan barang.
3. Rencana barang awal.
4. Uji coba pasar.
5. Rencana terakhir.

2.1.6 Indikator Desain Produk

Sesuai Azany (2020: 45), ada beberapa petunjuk yang dapat digunakan untuk mengevaluasi item plan, yaitu:

1. Variasi desain: Produk yang ditawarkan memiliki berbagai pilihan dan variasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen
2. Model terbaru: Model atau desain produk akan mengalami perubahan dalam bentuk, ukuran, dan warna seiring berjalannya waktu.

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

114

2.2 Desain Proses

2.2.1 Pengertian Desain Proses

Model atau skema pelaksanaan kegiatan produksi disebut desain proses. Interaksi ini mencakup berbagai sudut pandang, misalnya bentuk, kualitas, bahan yang digunakan, dan jenis ciptaan itu sendiri. Berikut ini adalah beberapa definisi desain proses untuk pemahaman lebih dalam.

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 sasaran mengurangi biaya produksi.

Sukanto Reksohadiprojo (2019:13) mengatakan bahwa pemilihan input, alur kerja, dan metode pembuatan barang dan jasa, semuanya merupakan bagian dari desain proses. Penentuan input meliputi pemilihan SDM, bahan alami dan perangkat keras yang digunakan dalam siklus fungsional, dan menyesuaikannya dengan sistem asosiasi dan kemampuan untuk memperoleh SDM..

Desain proses produk dan jasa, menurut Haming dan Numajamudin (2019:300), melibatkan aktivitas lintas departemen dan fungsional yang melibatkan interaksi ide, koordinasi, dan tindakan dari berbagai fungsi seperti pemasaran, teknik industri, produksi, sumber daya manusia dan hukum..

Dari pendapat di atas, cenderung disimpulkan bahwa konfigurasi siklus mencakup kerja sama lintas departemen atau praktis di dalam organisasi. Ini mencakup proses penciptaan, dewan aset manusia, tugas, dan sistem perusahaan.

2.2.2 ⁶ Maksud dan Tujuan Desain Proses

Sebelum memulai latihan penciptaan, perencanaan yang hati-hati dalam pelaksanaan siklus penciptaan sangatlah penting. Melalui perencanaan pembuatan yang hati-hati, organisasi dapat memilih komponen mentah, jenis interaksi pembuatan, dan perangkat keras yang akan digunakan. Cara ini tidak hanya bertujuan untuk mengendalikan biaya produksi, namun juga menjamin volume produksi memenuhi target yang diharapkan.

Hani (2020: 143) memahami bahwa dalam rencana siklus, item-item dibuat dengan pengaturan yang telah ditentukan sebelumnya. Perusahaan kemudian memutuskan apakah akan memproduksi produk tersebut secara internal atau membelinya dari pihak lain. Desain proses juga berperan dalam menentukan kelayakan produksi suatu produk. Oleh karena itu, desain proses berupaya memilih metode yang paling ekonomis untuk memproduksi item yang menggunakan mesin dan kantor yang ada atau mungkin ada.

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 grafik yang digunakan pada perencanaan dan pengelolaan proses:

1. Diagram Alur (*Flowchart*): Menggambarkan langkah-langkah dalam proses produksi secara berurutan, dari awal hingga akhir.
2. Diagram Peta Proses (*Process Map*): Menunjukkan seluruh proses produksi dengan detail, termasuk interaksi antar berbagai langkah.
3. Diagram Garis Waktu (*Timeline Diagram*): Menggambarkan jadwal pelaksanaan setiap langkah dalam proses produksi, termasuk waktu yang diperlukan.

4. Diagram SWOT (*SWOT Analysis Diagram*): Digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan proses produksi.
5. Diagram Pareto (*Pareto Chart*): Menyajikan data dalam urutan dari yang paling signifikan ke yang paling tidak signifikan, membantu dalam mengidentifikasi masalah utama dalam proses.

2.2.4 Indikator Desain Proses

Hani (2020), menjelaskan bahwa pekerjaan menunjukkan adanya desain proses meliputi:

1. **6** perencanaan Produksi:
 - a. Menentukan Produk yang Akan Diproduksi: Perusahaan membuat representasi visual mengenai jenis dan bentuk produk untuk menentukan produk yang akan diproduksi.
 - b. Pertimbangan Desain Produk: Perusahaan menentukan sifat dan karakteristik produk, seperti desain, bentuk, dan fungsi (spesifikasi produk).
 - c. Kelompok Produksi: Pengelompokan produksi dilakukan berdasarkan peralatan yang dimiliki, karena peralatan bervariasi sesuai jenisnya.
 - d. Evaluasi Proses Produksi: Penting untuk membedakan kesalahan atau penyimpangan dalam siklus penciptaan dibandingkan dengan pengaturan yang mendasarinya. Kalau ada masalah, misalnya mesin rusak, sudah diperbaiki.
2. Pengkajian Kelayakan Proses: Sebelum produksi massal, perusahaan mengkaji kelayakan proses desain untuk Batasi kesalahan yang sedang terjadi.
3. Pengkajian Kemampuan Proses: Organisasi sebenarnya melihat kemampuan kreasi yang ideal untuk meningkatkan produktivitas dan hasil kreasi.
4. Pengembangan Peralatan Proses: Organisasi memberikan peralatan produksi sesuai dengan persyaratan yang diperlukan.
5. Rancangan Proses: Organisasi memberikan peralatan produksi sesuai dengan persyaratan yang diperlukan.
- 6** Evaluasi Produk Ulang: Perusahaan mengevaluasi produk sebelum dipasarkan untuk mengurangi kemungkinan cacat dan memastikan kualitas yang tinggi.

51 2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Produk

Produk adalah barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan dalam kamus bahasa Indonesia kontemporer. Menurut Tjiptono (2017:17), suatu barang mengacu pada apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menonjol, diklaim,

dimanfaatkan, atau dikonsumsi dengan tekad untuk memuaskan kebutuhan dan kebutuhan.

Para konsumen mungkin menganggap produk sebagai penawaran nyata, namun menurut Petter Salim (2019: 192), produk memiliki makna yang lebih luas. Menurut Salim, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan, termasuk barang berwujud, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, lokasi, properti, organisasi, informasi, atau konsep. Suatu barang dapat dicirikan sebagai segala sesuatu yang diajukan ke pasar dengan tekad untuk menonjol, diperoleh, dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memenuhi suatu kebutuhan atau kebutuhan.

Menurut Philip Kotler (2019:162), produk mencakup segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk menarik perhatian, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Di sisi lain, Ricky W. Griffin dan Ronaldo J. Ebert (2019:166) mengartikan produk sebagai paket nilai yang memberikan manfaat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.”

Menurut M. Nur Rianto (2020: 74), dalam arti sempit, produk terdiri dari sekumpulan karakteristik fisik dan kimia yang konkret dan terorganisir. Sementara itu, dalam arti yang lebih luas, produk meliputi kombinasi antara elemen fisik (tangible) dan non-fisik (intangibile), seperti, reputasi, layanan yang disediakan, dengan tujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.”

2.3.2 **Kualitas Produk**

Dalam referensi kata Indonesia Kontemporer, kualitas barang dicirikan sebagai derajat positif atau negatifnya suatu kelayakan atau administrasi. Menurut M. Suyanto (2017: 110), kualitas menyanggung sejauh mana suatu barang dapat memenuhi kebutuhan khusus klien. Sementara itu, menurut Deming (2020: 3), kualitas adalah sejauh mana suatu produk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen, dan

bisnis harus sepenuhnya memahami ekspektasi konsumen terhadap produk mereka..

Garvin dan Davis (2019: 34), Lingkungan, tenaga kerja, proses, dan tugas, serta aspek produk itu sendiri, semuanya bertujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan atau konsumen dalam hal kualitas produk. Dalam referensi kata Indonesia Kontemporer, kualitas barang dicirikan sebagai derajat positif atau negatifnya suatu kelayakan atau administrasi. Menurut M. Suyanto (2017: 110), kualitas menyinggung sejauh mana suatu barang berhasil memenuhi kebutuhan eksplisit klien.

Deming menjelaskan bahwa kualitas merujuk pada sejauh mana produk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen, sehingga pelaku usaha harus benar-benar mengetahui apa yang konsumen harapkan dari produknya. Sedangkan menurut Garvin dan Davis (2019:128), kualitas produk merupakan keadaan yang terus berkembang yang mencakup produk itu sendiri, tenaga kerja, proses, dan tugas, serta lingkungan. Tujuannya adalah untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan atau konsumen.

Dalam acuan kata Indonesia Kontemporer, barang dicirikan sebagai tenaga kerja dan produk yang diserahkan dan dibeli. Menurut Tjiptono (2017), barang mencakup segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikeluarkan, dimiliki, dimanfaatkan atau dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan. Produk sering kali dianggap sebagai kesepakatan khusus, namun sebenarnya memiliki arti lebih dari itu.

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan dianggap sebagai produk secara umum. Contoh produk mencakup barang berwujud, jasa, pengalaman, acara, orang, lokasi, properti, organisasi, informasi, dan konsep. Suatu barang dapat dicirikan sebagai segala sesuatu yang dipamerkan untuk menonjol, diperoleh, dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memuaskan suatu kebutuhan atau kebutuhan.

143

Menurut Kotler (2019), suatu produk mencakup segala sesuatu yang dapat dipamerkan agar menonjol, dimanfaatkan, atau dikonsumsi untuk memuaskan suatu kebutuhan atau kebutuhan. Sedangkan Produk Ricky W. Griffin dan Ronaldo J. menurut Ebert (2019:203) merupakan kumpulan nilai yang memberikan manfaat untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut M. Nur Rianto (2020: 266), dalam pengertian dasarnya suatu benda adalah kumpulan sifat fisika dan zat yang asli dan terkoordinasi dalam suatu struktur yang seragam dan diketahui. Namun dalam arti yang lebih luas, produk mencakup berbagai karakteristik fisik (tangible) dan non fisik (intangibile) yang diterima konsumen sebagai pemenuhan keinginan atau kebutuhannya, seperti warna, harga, kemasan, reputasi, dan pelayanan produsen.

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:

1. Manfaat adalah produk inti, atau Manfaat Inti. utama atau esensial yang ditawarkan oleh produk dan menjadi alasan utama konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Item fundamental, atau Produk Dasar, adalah versi fungsional atau paling sederhana dari suatu produk yang tidak termasuk fitur tambahan.
3. Item normal adalah kredit dan ketentuan standar yang biasanya dibutuhkan klien saat membeli suatu item, yang dianggap mengatur.
4. Produk tambahan atau produk yang disempurnakan adalah layanan tambahan yang ditawarkan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dan dapat membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing..

2.3.4 Klasifikasi Produk

55 Produk dapat dikategorikan dari berbagai sudut pandang. Produk dibagi menjadi dua kategori utama berdasarkan sifat nyatanya: barang dan jasa. Barang dagangan pembeli adalah produk yang digunakan untuk keuntungan langsung pembeli akhir, seperti

individu dan keluarga, dan bukan untuk tujuan bisnis. ⁵ **Barang** kebutuhan sehari-hari, barang belanjaan, barang khusus, dan barang yang tidak dicari adalah empat kategori umum barang konsumsi. Urutan ini bergantung pada kecenderungan berbelanja pembeli, yang tercermin dalam tiga sudut pandang: (a) pekerjaan yang dilakukan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian, (b) ciri-ciri yang dipertimbangkan pelanggan saat berbelanja, dan (c) keberulangan pembelian. Berkowitz et al., 2019, dikutip..

¹ 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*

Barang dagangan belanja adalah barang yang diharapkan pembeli untuk memutuskan dan menghubungkan antara berbagai pilihan lain yang ada. Pelanggan biasanya mempertimbangkan faktor-faktor seperti harga, kualitas, dan model saat memilih ⁹⁵ ng belanjaan. Contoh shopping goods meliputi peralatan rumah tangga, pakaian, dan perabotan. *Shopping goods* dapat dibagi menjadi dua jenis: *homogeneous shopping goods*, yang memiliki fitur yang serupa dan dapat dibandingkan secara langsung berdasarkan harga, dan *heterogeneous shopping goods*, yang memiliki perbedaan signifikan dalam fitur, gaya, atau kualitas, sehingga perbandingan didasarkan pada preferensi pribadi dan kebutuhan spesifik konsumen..

1. *Homogeneous shopping goods* adalah produk-produk yang dinilai memiliki kualitas yang hampir sama oleh konsumen, ¹ tetapi terdapat perbedaan harga yang cukup besar. Akibatnya, konsumen cenderung membandingkan harga di berbagai ⁸³ untuk menemukan harga terendah. Contohnya termasuk tape recorder, TV, dan mesin cuci.
2. *Heterogeneous shopping goods* adalah barang-barang di mana konsumen lebih fokus pada karakteristik atau fitur daripada harga. Konsumen menilai barang-barang ini berdasarkan kualitas dan atribut yang berbeda-beda. Contoh dari

heterogeneous shopping goods meliputi perlengkapan rumah tangga, mebel, dan pakaian.

2.3.5 Indikator Kualitas Produk

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

1. Barang yang Diantisipasi: Ini adalah barang yang dilengkapi dengan sifat dan kondisi berbeda yang sebagian besar diharapkan dan diterima oleh konsumen saat membeli.
2. Produk Inti (Core Benefit): Manfaat inti adalah kebutuhan dasar yang dipenuhi oleh produk dan dirasakan oleh pelanggan. Dalam industri pakaian, manfaat inti 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, juga dikenal sebagai produk minimum viable (produk yang dapat digunakan dengan fungsi dasar)
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 depan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti memilih beberapa Penelitian terdahulu berikut ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	M Barry Ekaputra (2019)	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	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

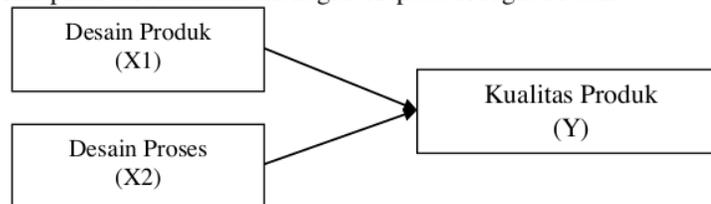
			<p>sampling dengan jumlah sampel 60 responden untuk mewakili customer Pocket 22 Tasikmalaya. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur.</p>	<p>22 adalah harus selalu memperhatikan dan terus mengembangkan desain dan pembuatan proses desain dan proses manufaktur produk, terutama ketika setiap pelanggan mulai bosan dengan desain yang sudah ada. Sehingga kualitas produk tetap terjaga dengan baik.</p>
2.	Jassela Dayani (2020)	<p>Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah 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.</p>	<p>Berdasarkan penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa desain produk mempengaruhi keputusan pembelian sepatu Bebbi Shoes. Keputusan pembelian ini, pada gilirannya, berdampak pada kepuasan konsumen Bebbi Shoes. Artinya, setelah seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, perilaku pasca pembelian akan menentukan apakah konsumen puas atau tidak. Desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan analisis menunjukkan bahwa desain produk memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.</p>
3.	Danik Istifani (2022)	<p>Pengaruh Desain Produk dan promosi Terhadap keputusan pembelian pada Cathay Digital Surabaya</p>	<p>Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah pelanggan dari CATHAY Digital Surabaya sedangkan sampel berjumlah 100</p>	<p>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</p>

			respoden yang melibatkan pengujian analisis hipotesis statistik.	2 desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).
--	--	--	--	---

Sumber: Diolah peneliti 2024

31 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, dapat disimpulkan bahwa UD. Meto berusaha meningkatkan Kualitas Produk (Y) yang dihasilkan untuk memuaskan pelanggan dan memenuhi harapan mereka. Di 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 modesa 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 ²⁹ Hipotesis

Menurut Suryabrata (2017: 21), hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya perlu diuji secara empiris. Berdasarkan fakta-fakta yang telah dikumpulkan dan asumsi yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Ada Pengaruh Desain Produk Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat
- H2 : Ada Pengaruh Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat
- H3 : Ada Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro 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 ini berfokus pada penelitian objek yang mengalami peristiwa, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama. Penelitian kualitatif mengeksplorasi fenomena secara mendalam dan mendetail, sering kali melalui wawancara, observasi, dan analisis teks.
2. Penelitian Kuantitatif: Jenis penelitian ini menghasilkan temuan yang dapat diukur dan dianalisis menggunakan prosedur statistik. Penelitian kuantitatif mengumpulkan data melalui instrumen penelitian dan menganalisis hubungan antar variabel dengan pendekatan teoritis yang objektif.
3. Riset Gabung²⁰: Riset gabungan mengintegrasikan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Pendekatan ini memanfaatkan kekuatan kedua metode untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan mendalam.
4. Metode Deskriptif: Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan dan menguraikan peristiwa. Metode ini dapat dibagi menjadi dua jenis:
 - a. Cross-sectional: Menyediakan gambaran tentang fenomena pada satu titik waktu.
 - b. Longitudinal: Mengamati perubahan fenomena dari waktu ke waktu.

100

Berdasarkan teori dan pendapat yang telah dipaparkan, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa penelitian ini menghasilkan temuan yang diperoleh melalui prosedur statistik dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Pendekatan kuantitatif memungkinkan analisis yang objektif dan terukur terhadap variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian.

88

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 pengendalian faktor-faktor terkait.

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 item atau subjek yang memiliki atribut tertentu yang tidak seluruhnya ditetapkan oleh para ilmuwan, dan kemudian ditentukan tujuannya.

Menurut Umar (2018: 77), populasi adalah keseluruhan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik tertentu dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 5 orang manajer dan karyawan UD. Meto serta 25 orang pelanggan, sehingga total populasi berjumlah 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.

Menurut Arikunto (2018: 134), jika jumlah subyek penelitian kurang dari 100 orang, sebaiknya hanya subyek diambil sebagai sampel sehingga penelitian menjadi penelitian populasi. Namun, jika jumlah subyek lebih besar, sampel dapat diambil antara 10-25% atau

lebih dari total populasi. Berdasarkan pedoman ini, dalam penelitian ini, sampel diambil sebanyak jumlah populasi, yaitu 30 orang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Beberapa teknik pengumpulan data yang umum digunakan meliputi:

1. Angket (Kuesioner): Teknik ini menggunakan serangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Angket dapat digunakan untuk mengumpulkan data dari banyak orang dengan cara yang sistematis.
2. Wawancara: Metode ini melibatkan komunikasi langsung antara peneliti dan responden untuk menggali informasi lebih mendalam. Wawancara bisa dilakukan secara tatap muka atau melalui telepon.
3. Observasi: Teknik ini melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau subjek penelitian dalam lingkungan alaminya. Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun melalui perangkat perekam.
4. Studi Dokumentasi: Teknik ini mengumpulkan data melalui kajian terhadap dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian, seperti laporan, catatan, dan arsip.
5. Eksperimen: Metode ini melibatkan pengujian hipotesis dalam kondisi yang terkendali untuk melihat efek dari variabel tertentu terhadap variabel lainnya.

Menurut Sujarweni, V. W. (2021: 28), teknik-teknik ini adalah alat penting dalam penelitian kuantitatif untuk memastikan akurasi dan relevansi data yang dikumpulkan..

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket (kuisisioner), di mana angket akan dibagikan kepada para responden. Angket tersebut dilengkapi dengan 5 opsi pilihan jawaban, masing-masing dengan bobot yang telah ditentukan. Kuesioner ini menggunakan pendekatan tertutup, di mana pertanyaan ditujukan kepada

responden terkait variabel penelitian yang 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 dibagikan kepada responden mencakup lima alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan, yang menggunakan skala Likert sebagai berikut:

- a. Tidak Setuju - 1
- b. Tidak Setuju - 2
- c. Netral - 3
- d. Setuju - 4
- e. Sangat Setuju - 5

3.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses sistematis untuk mengumpulkan dan menyusun data dengan tujuan mempermudah peneliti dalam menarik kesimpulan. Menurut Bogdan dalam Sugiyono, analisis data melibatkan pencarian dan penyusunan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya secara sistematis, sehingga data tersebut dapat dipahami dengan jelas dan hasilnya dapat disampaikan kepada pihak lain. Teknik analisis data merupakan langkah penting dalam penilaian yang diperlukan untuk menguji kebenaran yang telah dirumuskan. Langkah-langkah berikut diambil untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan:

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk menentukan sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat diandalkan atau sah. Instrumen yang valid dapat memastikan bahwa yang diperoleh akurat dan relevan dengan apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, validitas mengacu pada ketepatan pengukuran. Dalam penelitian

ini, analisis data dilakukan menggunakan program komputer SPSS versi 26 untuk melakukan uji validitas data.

Menurut Arikunto (2018: 146), jika hasil korelasi antara item dengan total item satu faktor menunjukkan nilai signifikansi (s) < 0,05, maka hasil tersebut dianggap signifikan. Ini berarti bahwa butir-butir tersebut valid pada tingkat signifikansi sebesar 5%, dengan rtabel untuk derajat kebebasan (df) = $n - k$, di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk..

3.4.2 Uji Reliabilitas

Dalam analisis data statistik menggunakan SPSS, uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi konsistensi dari angket yang akan digunakan dalam penelitian, memastikan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan. Untuk angket dengan lebih dari dua alternatif jawaban, uji reliabilitas yang digunakan adalah uji Cronbach Alpha.

Menurut Ghozali (2016:133), jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, maka instrumen penelitian dianggap reliabel. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,60, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel.

3.4.3 Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini, perhitungan statistik dilakukan menggunakan SPSS for Windows versi 26. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk mengeksplorasi pola hubungan yang modelnya belum sepenuhnya dipahami atau untuk menentukan bagaimana variasi beberapa variabel independen mempengaruhi variabel dependen dalam konteks fenomena yang kompleks.

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah sebagai berikut: Variabel X terdiri dari X1 (desain produk) dan X2 (desain proses), sementara variabel Y adalah kualitas produk. Pengujian dilakukan dengan menggunakan test for linearity pada taraf signifikan

0,05. Menurut Hadi (2014:77), data dianggap linear jika taraf signifikan $< 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel X memiliki korelasi linear dengan variabel Y.

3.4.4 Koefisien Korelasi

Untuk benar-benar memverifikasi hubungan antara rencana item dan pilihan pembelian, tes hubungan kedua item diselesaikan dengan menggunakan SPSS untuk Windows versi 26. Kekuatan dan arah hubungan linier antara dua variabel diukur dengan tes ini.

Menurut Sofyan Siregar (2017:251), besarnya koefisien korelasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien Korelasi 0,00 - 0,19: Hubungan sangat lemah atau tidak ada hubungan.
2. Koefisien Korelasi 0,20 - 0,39: Hubungan lemah.
3. Koefisien Korelasi 0,40 - 0,59: Hubungan sedang.
4. Koefisien Korelasi 0,60 - 0,79: Hubungan kuat.
5. Koefisien Korelasi 0,80 - 1,00: Hubungan sangat kuat atau hampir sempurna.

Interpretasi ini membantu dalam memahami seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan seberapa signifikan hubungan antara kedua variabel tersebut.

3.4.5 Koefisien Deteminasi

Menurut Sugiyono (2019:8), uji koefisien determinasi adalah alat statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Dengan kata lain, uji ini mengidentifikasi seberapa baik variabel independen dapat memprediksi variabel dependen.

Koefisien determinasi (R^2) dihitung dengan mengalikan koefisien korelasi (R) dengan dirinya sendiri, dan kemudian dikali 100% untuk

mendapatkan proporsi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumusnya:

$$R^2 \times 100\%$$

Hasil ini memberikan gambaran tentang seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang menunjukkan seberapa baik model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan variasi pada variabel dependen.

3.4.6 Uji Hipotesis (Uji T)

Dalam penelitian ini, perhitungan uji T dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS for Windows versi 26. Uji T (t-test) digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu, atau secara parsial. Dengan kata lain, uji ini membantu untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Secara teknis, uji T dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung yang diperoleh dari analisis dengan nilai t-tabel pada taraf signifikan $(\alpha = 0,05)$. Variabel independen dianggap mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Sebaliknya, jika nilai t-ditentukan lebih kecil daripada nilai t-tabel, maka faktor bebas tidak dianggap membuat perbedaan besar. pada tingkat signifikansi tersebut.

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. Meto 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:

Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

Jadwal								
Kegiatan	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 bertujuan untuk memahami lebih baik data penelitian dan hubungan antara variabel-variabel yang digunakan. Data deskriptif memberikan gambaran mengenai kondisi dan situasi di lokasi penelitian serta karakteristik responden, yang dapat membantu dalam memperdalam pemahaman terhadap hasil penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung terhadap objek penelitian dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang telah disiapkan dan disebarikan kepada responden. Responden terdiri dari 5 orang manajer dan karyawan UD Meto serta 25 pelanggan, sehingga total populasi yang diteliti berjumlah 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 disebarkan 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 12 orang, 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:

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

Selanjutnya, peneliti memperoleh informasi bahwa responden pelanggan terdiri dari berbagai kelompok usia sebagai berikut:

- Usia 50 tahun ke atas: 4 orang
- Usia 40-49 tahun: 8 orang
- Usia 30-39 tahun: 8 orang
- Usia 21-29 tahun: 10 orang

Dengan total responden sebanyak 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 loyalti konsumen dengan menggunakan data-data yang telah terkumpul melalui angket dari jumlah 30 responden, sebagai berikut:

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.

26

4.3 Hasil Penelitian

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

Dari konsekuensi polling yang diberikan pencipta kepada 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:

Tabel 4.5
Hasil Total Skor Angket Pada Variabel X1

No. Responden	Desain Produk (X1)								Total
	X.1.1	X.1.2	X.1.3	X.1.4	X.1.5	X.1.6	X.1.7	X.1.8	
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

28

30	4	4	4	4	4	5	4	4	33
----	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Untuk menguji validitas setiap butir soal, peneliti menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows Versi 26. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Dalam penelitian ini, nilai r tabel diperoleh dari degree of freedom (df) = $n - k$ dengan $n = 30$ dan $k = 2$, sehingga $df = 28$. Berdasarkan tabel, nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikansi 0,05 adalah 0,361. Syarat validitas adalah jika nilai r hitung positif dan lebih besar dari nilai r tabel, maka butir soal dianggap 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 hasil analisis uji validitas menggunakan SPSS For Windows Versi 26, setiap butir soal pada variabel X menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,361. Ini menunjukkan bahwa setiap butir soal pada variabel X dinyatakan valid (untuk rincian perhitungan SPSS dapat dilihat pada lampiran).

Uji validitas merupakan metode untuk menilai sejauh mana tes atau kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas atau kesahihan diindikasikan oleh kemampuan alat ukur untuk mengukur apa yang dimaksud. Proses ini melibatkan perbandingan antara nilai A dengan B. Jika nilai A lebih besar dari B, maka pernyataan dan indikator dalam penelitian dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai A lebih kecil dari B, maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid..

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

Selanjutnya, dari tanggapan kuesioner yang penulis berikan kepada orang yang menjawab 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	X.2.3	X.2.4	X.2.5	X.2.6	X.2.7	X.2.8	
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 untuk variabel Desain Proses (X2) menggunakan SPSS For Windows Versi 26, mirip dengan uji validitas pada variabel sebelumnya. Proses uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Dalam penelitian ini, nilai r tabel diperoleh dari degree of freedom (df) = $n - k$, di mana $df = 30 - 2$, sehingga $df = 28$. Dengan tingkat signifikansi 0,05, nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,361.

Syarat untuk menyatakan butir soal valid adalah jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Jika nilai r hitung positif dan lebih besar dari nilai r tabel, maka butir soal tersebut 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 konsekuensi jajak pendapat yang diberikan pencipta kepada 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 untuk variabel Kualitas Produk (Y) menggunakan SPSS For Windows Versi 26, seperti pada uji variabel sebelumnya. Proses uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Dalam penelitian ini, nilai r tabel ditentukan berdasarkan degree of freedom (df) = $n - k$, dengan $df = 30 - 2$, sehingga $df = 28$. Dengan tingkat signifikansi 0,05, nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,361.

Syarat untuk menyatakan butir soal valid adalah jika nilai r yang ditentukan lebih besar dari nilai r tabel. Dengan asumsi nilai r yang ditentukan adalah positif dan melampaui nilai r tabel, maka hal yang diselidiki dapat dinyatakan substansial.

Ketentuan atau Syarat pengujian legitimasi adalah dengan asumsi nilai r yang ditentukan positif dan lebih menonjol dari nilai r tabel, maka hal yang ditanyakan dapat dinyatakan sah.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel Y

No	Keterangan	Pearson Correlation (r hitung)	r ta ($\alpha = 5\%$)	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 hubungan yang signifikan dan adanya korelasi yang kuat antar setiap pasangan variabel. Nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari nilai r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Desain Produk), X2 (Desain Proses), dan Y (Kualitas Produk) semuanya valid.

Selain itu, reliabilitas mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat diandalkan. Dengan nilai Cronbach's Alpha yang mendekati 1, menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi, artinya instrumen tersebut konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti.

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 mengevaluasi pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam model regresi. Dengan melakukan uji t, kita dapat menentukan seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah.

Untuk menginterpretasikan hasil uji t secara parsial, berikut adalah langkah-langkah umumnya. Hasil uji t secara parsial ini membantu dalam memahami kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan membantu dalam pengambilan keputusan terkait faktor-faktor yang paling memengaruhi kualitas produk.

54
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 hasil uji hipotesis menggunakan SPSS, seperti yang dijelaskan dalam tabel 4.12, analisis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Desain Produk (X1):

- T-statistik: 0,422

- P-value (Sig.): 0,005

- Interpretasi: P-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol yang menyatakan bahwa Desain Produk tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dapat ditolak. Ini berarti Desain Produk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Desain Proses (X2):

- T-statistik: 0,021

- P-value (Sig.): 0,002

- Interpretasi: P-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol yang menyatakan bahwa Desain Proses tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen juga dapat ditolak. Ini berarti Desain Proses memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kesimpulan:

1. Desain Produk: Memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sehingga faktor ini dianggap penting dalam mempengaruhi hasil yang diukur.

2. Desain Proses: Juga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, menunjukkan bahwa variabel ini juga berperan penting dalam konteks analisis ini.

Analisis ini menunjukkan kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, dan keduanya terbukti memiliki pengaruh yang signifikan berdasarkan hasil uji t dan nilai p yang diperoleh.

6.1.2 Uji F (secara simultan)

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

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			

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

Berdasarkan tabel 4.19:

- F-Statistic: 37,769

- P-value (Sig.): 0,000

Analisis ini mengindikasikan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan p-value yang lebih kecil dari 0,05, kita dapat menolak hipotesis nol yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari setidaknya satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Kesimpulan:

Model Regresi: Memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Ini berarti bahwa setidaknya satu dari variabel independen, yaitu Desain Produk dan Desain Proses, secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi yang digunakan.

Dengan kata lain, analisis ini menunjukkan bahwa model regresi yang mencakup variabel Desain Produk dan Desain Proses mampu menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen secara signifikan..

31 6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

85 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

Model		Coefficients ^a				
		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

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

25 Untuk menyajikan hasil uji hipotesis secara parsial berdasarkan perhitungan dengan SPSS versi 26, berikut adalah format yang bisa digunakan:

1. Intercept:

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

2. Desain Produk:

170 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.

176 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.

112 4.6 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
10 1	,858 ^a	,737	,717	2,483

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

152 Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear yang dilakukan dengan SPSS versi 26, berikut adalah penjelasan mengenai koefisien determinasi dan kesalahan estimasi model:

1. R Square (Koefisien Determinasi):

- Nilai: 0,737

- Interpretasi: Nilai R Square sebesar 0,737 menunjukkan bahwa sekitar 73,7% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi ini. Nilai R Square yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan sebagian besar variabilitas data pada variabel dependen, menandakan model ini memiliki kecocokan yang baik dengan data.

2. Adjusted R Square:

- Nilai: 0,717

- Interpretasi: Nilai Adjusted R Square sebesar 0,717 memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model. Ini menunjukkan bahwa sekitar 71,7% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, setelah mempertimbangkan jumlah variabel. Nilai ini memberikan penilaian yang lebih kritis terhadap kekuatan model dalam menjelaskan data, dengan mengoreksi untuk jumlah variabel yang digunakan.

3. Std. Error of the Estimate:

- Nilai: 2,604

- Interpretasi: Nilai ini adalah 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. Nilai Std. Error of the Estimate sebesar 2,604 menunjukkan seberapa jauh prediksi model menyimpang dari nilai yang sebenarnya.

Kesimpulan:

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki R Square dan Adjusted R Square yang tinggi, menunjukkan bahwa model ini memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai Std. Error of the Estimate memberikan gambaran tentang akurasi model dalam memprediksi nilai variabel dependen..

4.7 Analisa Hasil Penelitian

4.7.1 Hasil Distribusi Data

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif untuk masing-masing variabel, berikut adalah interpretasi dari data yang diperoleh:

1. Desain Produk:

Skor Variasi: 17 hingga 36

Rata-Rata: 29,13

Deviasi Standar: 3,937

Interpretasi: Skor Desain Produk bervariasi dari 17 hingga 36 dengan rata-rata sekitar 29,13. Deviasi standar sebesar 3,937 menunjukkan bahwa terdapat variasi yang cukup besar dalam penilaian Desain Produk dari responden. Ini menandakan bahwa pandangan mengenai Desain Produk cukup beragam di antara responden.

2. Desain Proses:

Skor Variasi: 17 hingga 35

Rata-Rata: 29,20

Deviasi Standar: 3,614

Interpretasi: Skor Desain Proses menunjukkan variasi dari 17 hingga 35 dengan rata-rata sekitar 29,20. Deviasi standar sebesar 3,614 menunjukkan variasi yang relatif besar dalam penilaian Desain Proses, meskipun sedikit lebih kecil dibandingkan dengan Desain Produk. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada perbedaan pendapat mengenai Desain Proses, variasinya tidak sebanyak Desain Produk.

3. Kualitas Produk:Skor

Variasi: 20 hingga 43

Rata-Rata: 36,30

Deviasi Standar: 4,669

Interpretasi: Data mengenai Kualitas Produk menunjukkan variasi antara 20 hingga 43 dengan rata-rata sekitar 36,30. Deviasi standar sebesar 4,669 menunjukkan bahwa terdapat variasi yang cukup besar dalam penilaian Kualitas Produk dari responden, yang menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam pandangan mengenai kualitas produk yang ditawarkan.

Kesimpulan:

Desain Produk dan Desain Proses menunjukkan variasi yang signifikan dalam penilaiannya, dengan rata-rata yang hampir serupa tetapi deviasi standar yang sedikit berbeda. Kualitas Produk memiliki rentang skor yang lebih luas dan deviasi standar yang lebih tinggi, menunjukkan bahwa ada lebih banyak perbedaan dalam penilaian kualitas produk dibandingkan dengan desain produk dan proses. Data ini membantu memahami seberapa konsisten atau bervariasi responden dalam menilai masing-masing variabel, serta memberikan wawasan tentang area yang mungkin memerlukan perhatian lebih lanjut untuk perbaikan atau penyesuaian.

110 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 α (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 α (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 *alpha* (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 adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Tujuannya adalah untuk menentukan seberapa baik variabel independen menjelaskan variasi dalam variabel dependen dan untuk mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, 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 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 ¹²⁶ **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, ¹¹⁸ 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 ⁵⁹ 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 ⁹ 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 ¹⁴⁰ juga dipengaruhi oleh keterampilan dan pengetahuan 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 ¹⁵⁵ 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. Meto.

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 (H_0) 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 Porses 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.

81

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

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN PADA UD. METO



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

ORIGINALITY REPORT

32%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet	309 words — 2%
2	repositori.stiamak.ac.id Internet	235 words — 2%
3	www.e-jurnal.com Internet	231 words — 2%
4	repository.um-palembang.ac.id Internet	191 words — 1%
5	etheses.uin-malang.ac.id Internet	151 words — 1%
6	repositori.unsil.ac.id Internet	137 words — 1%
7	repository.uin-suska.ac.id Internet	133 words — 1%
8	idr.uin-antasari.ac.id Internet	113 words — 1%
9	repository.ub.ac.id Internet	101 words — 1%

10	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	82 words — 1%
11	adoc.pub Internet	76 words — 1%
12	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	76 words — 1%
13	repository.radenintan.ac.id Internet	75 words — 1%
14	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet	63 words — < 1%
15	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	61 words — < 1%
16	journal.perbanas.ac.id Internet	60 words — < 1%
17	repository.usd.ac.id Internet	59 words — < 1%
18	johannessimatupang.wordpress.com Internet	48 words — < 1%
19	pppm.stis.ac.id Internet	48 words — < 1%
20	ppsmm.uniki.ac.id Internet	46 words — < 1%
21	repository.unusia.ac.id Internet	44 words — < 1%

22	docobook.com Internet	42 words — < 1%
23	repository.uksw.edu Internet	42 words — < 1%
24	core.ac.uk Internet	39 words — < 1%
25	journal-stiyappimakassar.ac.id Internet	39 words — < 1%
26	repository.ar-raniry.ac.id Internet	39 words — < 1%
27	fdocuments.net Internet	38 words — < 1%
28	repository.umsu.ac.id Internet	37 words — < 1%
29	docplayer.info Internet	34 words — < 1%
30	journal2.um.ac.id Internet	34 words — < 1%
31	repositori.uma.ac.id Internet	33 words — < 1%
32	Elly Syhadati, Desi Sri Astuti, Hamid Asman. "HUBUNGAN ANTARA KETERAMPILAN MEMBACA DENGAN SELF ESTEEM MAHASISWA", Jurnal Pendidikan Bahasa, 2018 Crossref	32 words — < 1%

repository.unisbablitar.ac.id

33	Internet	32 words — < 1%
34	eprints.walisongo.ac.id Internet	29 words — < 1%
35	ejournal.undip.ac.id Internet	27 words — < 1%
36	fr.scribd.com Internet	27 words — < 1%
37	journal.stieamkop.ac.id Internet	27 words — < 1%
38	repository.teknokrat.ac.id Internet	26 words — < 1%
39	repository.uinjkt.ac.id Internet	26 words — < 1%
40	repository.upbatam.ac.id Internet	26 words — < 1%
41	digilib.unimed.ac.id Internet	25 words — < 1%
42	repository-feb.unpak.ac.id Internet	25 words — < 1%
43	ejournal.sisfokomtek.org Internet	24 words — < 1%
44	ppjp.ulm.ac.id Internet	24 words — < 1%
45	journal.stiepertiba.ac.id	

Internet

23 words — < 1%

46 repository.upi.edu

Internet

23 words — < 1%

47 repository.upstegal.ac.id

Internet

23 words — < 1%

48 www.coursehero.com

Internet

23 words — < 1%

49 repository.iainbengkulu.ac.id

Internet

22 words — < 1%

50 repository.ibs.ac.id

Internet

22 words — < 1%

51 repository.widyatama.ac.id

Internet

22 words — < 1%

52 www.hashmicro.com

Internet

22 words — < 1%

53 qdoc.tips

Internet

20 words — < 1%

54 Rangga Novendra, Juarsa Badri, Irdha Yusra.
"Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap
Pertumbuhan Laba Pada Unit Simpan Pinjam Swamitra Koppas
Siteba Padang Periode 2013-2017", INA-Rxiv, 2019

Publications

19 words — < 1%

55 digilib.uinkhas.ac.id

Internet

19 words — < 1%

56 jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id

Internet

19 words — < 1%

57 publikasi.polije.ac.id
Internet

19 words — < 1%

58 repo.stie-pembangunan.ac.id
Internet

19 words — < 1%

59 www.scribd.com
Internet

19 words — < 1%

60 dspace.uir.ac.id
Internet

18 words — < 1%

61 exbenkexord.wordpress.com
Internet

18 words — < 1%

62 ojs.atmajaya.ac.id
Internet

18 words — < 1%

63 sip.iainpurwokerto.ac.id
Internet

18 words — < 1%

64 id.123dok.com
Internet

17 words — < 1%

65 repositori.usu.ac.id
Internet

17 words — < 1%

66 www.renrendoc.com
Internet

17 words — < 1%

67 www.slideshare.net
Internet

17 words — < 1%

68 rekayasainfrastruktur.unwir.ac.id

-
- 69 Riza Nur Fadila, Tia Ainun Nadiroh, Ria Juliana, Primasari Zahra Hafizhotu Zulfa, Ibrahim Ibrahim. "Kemandirian Belajar Secara Daring Sebagai Prediktor Hasil Belajar Mahasiswa Pendidikan Matematika UIN Sunan Kalijaga", Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika, 2021
Crossref 15 words — < 1%
-
- 70 acddc.org
Internet 15 words — < 1%
-
- 71 ejournal.raharja.ac.id
Internet 15 words — < 1%
-
- 72 ejournal.undiksha.ac.id
Internet 15 words — < 1%
-
- 73 eprints.radenfatah.ac.id
Internet 15 words — < 1%
-
- 74 information4lecture.blogspot.com
Internet 15 words — < 1%
-
- 75 journal.unismuh.ac.id
Internet 15 words — < 1%
-
- 76 repository.iainpurwokerto.ac.id
Internet 15 words — < 1%
-
- 77 Ilham Kamaruddin, Ambo Dalle, Andi Muh. Raehan, Asdar Musa, Andi Anisa Ade Triyenie. "Analisis Gerak Biomekanika (Kinovea Software) Untuk mengembangkan Kemampuan Akurasi Shooting Sepakbola Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Ke Olahragawaan Universitas Negeri Makassar", Journal on Education, 2024 14 words — < 1%

-
- 78 Kunlestiawati Kunlestiawati, Ratu Fenny Muldiani, Defrianto Pratama. "Analisis Model Persamaan Gas Nyata Pada Eksperimen Hukum Gay-Lussac Dan Boyle", *Science and Physics Education Journal (SPEJ)*, 2023
Crossref 14 words — < 1%
-
- 79 ejurnal.universitaskarimun.ac.id
Internet 14 words — < 1%
-
- 80 j-innovative.org
Internet 14 words — < 1%
-
- 81 www.kangjo.net
Internet 14 words — < 1%
-
- 82 Syska Sulistyowatie. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)", *INA-Rxiv*, 2018
Publications 13 words — < 1%
-
- 83 digilib.unila.ac.id
Internet 13 words — < 1%
-
- 84 issuu.com
Internet 13 words — < 1%
-
- 85 journal-nusantara.com
Internet 13 words — < 1%
-
- 86 journal.likmi.ac.id
Internet 13 words — < 1%
-
- 87 prosiding.unipma.ac.id
Internet 13 words — < 1%

88	repository.iainkudus.ac.id Internet	13 words — < 1%
89	ejournal.unp.ac.id Internet	12 words — < 1%
90	eprints.polsri.ac.id Internet	12 words — < 1%
91	eprints.undip.ac.id Internet	12 words — < 1%
92	eprints.unisbank.ac.id Internet	12 words — < 1%
93	journal.admi.or.id Internet	12 words — < 1%
94	repo.stikesicme-jbg.ac.id Internet	12 words — < 1%
95	thesis.binus.ac.id Internet	12 words — < 1%
96	digilib.iainlangsa.ac.id Internet	11 words — < 1%
97	eprints.umm.ac.id Internet	11 words — < 1%
98	eprints.uns.ac.id Internet	11 words — < 1%
99	journal.umg.ac.id Internet	11 words — < 1%

journal.unnes.ac.id

- 100 Internet 11 words — < 1%
-
- 101 ojs.cahayamandalika.com Internet 11 words — < 1%
-
- 102 www.ie.its.ac.id Internet 11 words — < 1%
-
- 103 www.jurnal.serambimekkah.ac.id Internet 11 words — < 1%
-
- 104 Agus Wahyudi, Sutjipto Ngumar, Bambang Suryono. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA MANAJERIAL PERANGKAT DESA (STUDI PADA PERANGKAT DESA DI KABUPATEN SUMBAWA)", Jurnal Riset Akuntansi Mercuru Buana, 2019
Crossref 10 words — < 1%
-
- 105 Aulia Annisafitri, Bintang Nurrahman Ali, Defitria Nabilla, Zahra Afifah. "THE INFLUENCE OF SELF-ESTEEM ON RISKY SEXUAL BEHAVIOR IN ADOLESCENTS: LITERATURE REVIEW", Jurnal Kesehatan Tambusai, 2023
Crossref 10 words — < 1%
-
- 106 Budi Setyanta. "PERAN EKUITAS MERK TERHADAP LOYALITAS MERK BARBERSHOP DI KOTA YOGYAKARTA", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2018
Crossref 10 words — < 1%
-
- 107 Pratiwi Pribadi Putri, Emron Edison. "Pengaruh Travel Motivation dan Perceived Value Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Lebakmuncang Ciwidey", Manajemen dan Pariwisata, 2024
Crossref 10 words — < 1%
-
- 108 aimos.ugm.ac.id Internet

10 words — < 1%

109 digilib.iain-palangkaraya.ac.id
Internet

10 words — < 1%

110 duts.petra.ac.id
Internet

10 words — < 1%

111 eprints.stiebankbpdjateng.ac.id
Internet

10 words — < 1%

112 eprints.ums.ac.id
Internet

10 words — < 1%

113 eprints.unsri.ac.id
Internet

10 words — < 1%

114 es.scribd.com
Internet

10 words — < 1%

115 etheses.iainponorogo.ac.id
Internet

10 words — < 1%

116 id.scribd.com
Internet

10 words — < 1%

117 journal.jis-institute.org
Internet

10 words — < 1%

118 journals.hnpu.edu.ua
Internet

10 words — < 1%

119 lib.ui.ac.id
Internet

10 words — < 1%

120 repository.unmuhpnk.ac.id

Internet

10 words — < 1%

121 scholarsnetwork.org
Internet

10 words — < 1%

122 sefidvash.net
Internet

10 words — < 1%

123 wikistatistika.com
Internet

10 words — < 1%

124 Erwin Tuanany, Tonny Sahusilawane, Maslan
Abdin, Rudi Serang. "S.Tr. M.P.K", JURNAL
SIMETRIK, 2024
Crossref

9 words — < 1%

125 Irmawati Tangko, Syaikhul Falah, Bill J. C.
Pangayow. "PENGARUH SISTEM AKUNTANSI
PEMERINTAH DAERAH, KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA
DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP
KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH
KABUPATEN PEGUNUNGAN BINTANG", Jurnal Akuntansi, Audit,
dan Aset, 2019
Crossref

9 words — < 1%

126 docshare.tips
Internet

9 words — < 1%

127 e-journal.iainptk.ac.id
Internet

9 words — < 1%

128 ejournal.iainbatanghari.ac.id
Internet

9 words — < 1%

129 elibrary.unikom.ac.id
Internet

9 words — < 1%

130	eprints.uny.ac.id Internet	9 words — < 1%
131	garuda.kemdikbud.go.id Internet	9 words — < 1%
132	media.neliti.com Internet	9 words — < 1%
133	repository.uhamka.ac.id Internet	9 words — < 1%
134	repository.uinjambi.ac.id Internet	9 words — < 1%
135	repository.uinsaizu.ac.id Internet	9 words — < 1%
136	www.bappedaniasbaratkab.org Internet	9 words — < 1%
137	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id Internet	9 words — < 1%
138	www.teoripendidikan.com Internet	9 words — < 1%
139	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%
140	Ayu Dwi Lestari. "PENGARUH MODAL KERJA DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN USAHAMIKRO KECIL MENENGAH REBANA DI KECAMATAN BUNGAH KABUPATEN GRESIK", MANAJERIAL, 2018	8 words — < 1%

-
- 141 Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020
8 words — < 1%
Crossref
-
- 142 Dona Apriyani, Nurdiawansyah, Khairudin, Luke Suciwati Amna. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah di Daerah Sumatera", Jurnal EMT KITA, 2023
8 words — < 1%
Crossref
-
- 143 Erina Alimin, Herlina Ferliyanti, Sabri Sabri, Ahmad Nouvel, Gurhanawan Gurhanawan, Melly Susanti. "NIAT MEMBELI PRODUK SCARLETT: PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA", Creative Research Management Journal, 2023
8 words — < 1%
Crossref
-
- 144 Khoirul Ikhwan. "PENGARUH JENIS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN HAND PHONE ANDROID DI COUNTER CLINIK ANDROID MADIUN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2015
8 words — < 1%
Crossref
-
- 145 Muhammad Habibi. "Pengaruh Opini Audit dan Temuan Audit terhadap Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Provinsi Kalimantan Timur", INA-Rxiv, 2018
8 words — < 1%
Publications
-
- 146 Putu Diah Candraswari, Francisca Titing Koerniawaty. "Pengaruh pemberian kompensasi
8 words — < 1%

finansial dan non finansial terhadap kinerja karyawan", Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 2022

Crossref

-
- 147 Rabi'ah Dea Ihsaniah, Mohamad Adam, Yuliani *. "PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, FIRM SIZE DAN SOLVABILITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2020
8 words — < 1%
Crossref
-
- 148 e-journalppmunsa.ac.id
Internet
8 words — < 1%
-
- 149 ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id
Internet
8 words — < 1%
-
- 150 eprints.stainkudus.ac.id
Internet
8 words — < 1%
-
- 151 id.berita.yahoo.com
Internet
8 words — < 1%
-
- 152 journal.feb.unmul.ac.id
Internet
8 words — < 1%
-
- 153 journal.stieken.ac.id
Internet
8 words — < 1%
-
- 154 journal.unj.ac.id
Internet
8 words — < 1%
-
- 155 jurnal.umsb.ac.id
Internet
8 words — < 1%
-
- 156 knia.stialanbandung.ac.id
Internet

		8 words — < 1%
157	makalahtugaspaper.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
158	mayaichigo.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
159	najijamil.blogspot.com Internet	8 words — < 1%
160	petrussamo.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
161	pt.scribd.com Internet	8 words — < 1%
162	repository.ikta.ac.id Internet	8 words — < 1%
163	repository.stipjakarta.ac.id Internet	8 words — < 1%
164	repository.uir.ac.id Internet	8 words — < 1%
165	repository.umj.ac.id Internet	8 words — < 1%
166	www.akademik.unsri.ac.id Internet	8 words — < 1%
167	www.balibajaringan.com Internet	8 words — < 1%
168	www.blogarama.com	

8 words — < 1%

169 www.igjepara.com

Internet

8 words — < 1%

170 Jaka Darmawan, Widya Eka Saputri. "Faktor-Faktor Ekonomi yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting", Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2020

Crossref

7 words — < 1%

171 Dian Pramesti, Wiga Maulana Baihaqi. "Perbandingan Prediksi Jumlah Transaksi Ojek Online Menggunakan Regresi Linier Dan Random Forest", Generation Journal, 2023

Crossref

6 words — < 1%

172 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", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022

Crossref

6 words — < 1%

173 Rully Armanto, Abdullah Rasyid, Muji Gunarto. "Kualitas Bangunan, Fasilitas, dan Lokasi Perumahan sebagai Faktor Penentu Tingkat Kepuasan Penghuni", Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi, 2024

Crossref

6 words — < 1%

174 Silvira Andani, Zulfah, Lussy Midani Rizki. "Validitas Instrumen Penelitian: Pengaruh Pendekatan Ethno-RME Terhadap Kemampuan Penalaran Matematis Peserta Didik Kelas VII di SMPN 2 Bangkinang Kota", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2023

Crossref

6 words — < 1%

175 Syahrifah Arina, Facrul Rozi, Malesa Anan.
"PENGARUH PENYUSUTAN AKTIVA TETAP
TERHADAP LABA PADA PT BANK MESTIKA DHARMA, TBK",
Worksheet : Jurnal Akuntansi, 2024

Crossref

6 words — < 1%

176 Winston - Pontoh. "Goodwill No. 1 Vol. 4 Juni
2013", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING
"GOODWILL", 2013

Crossref

6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF