

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

*By* SERIUS WARUWU

**1**  
**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN DESAIN PROSES**  
**TERHADAP K<sup>36</sup>UALITAS PRODUK PADA UD.METO**  
**DI KABUPATEN NIAS BARAT**

**SKRIPSI**



Oleh:

**SERIOUS WARUWU**  
**NIM. 2319458**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS NIAS**  
**2024**

## PENDAHULUAN

**1.1 Latar Belakang Masalah**

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 desai 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 desain produk dan desain proses serta pengaruhnya 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

Dari konteks masalah yang telah diuraikan sebelumnya, beberapa permasalahan yang terkait dengan penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

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

## 1.3 Batasan Masalah

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

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

Untuk memastikan penelitian ini tetap terfokus dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, serta mempermudah proses pembahasan, perlu dilakukan pembatasan masalah. Oleh karena itu, penelitian ini hanya akan membahas mengenai pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

## 1.4 Rumusan Masalah

Masalah 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. Meto di Kabupaten Nias Barat?
2. Apakah desain proses mempengaruhi kualitas produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat?
3. Seberapa besar pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto 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. Meto di Kabupaten Nias Barat.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.
3. Untuk mengukur sejauh mana desain produk dan desain proses mempengaruhi kualitas produk pada UD. Meto 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

Defenisi 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) defenisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel atau dengan kata lain semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variable.

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

1. Desain produk adalah proses merancang gaya dan fungsi suatu produk dengan tujuan menciptakan produk yang menarik, mudah digunakan, aman, serta terjangkau untuk digunakan dan perawatannya. Selain itu, desain juga harus sederhana dan ekonomis dalam hal pembuatan dan distribusi.
2. Desain proses adalah model dari metode yang 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

17

## 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.

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 <sup>12</sup> 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.

<sup>37</sup> Menurut Kotler (2019), terdapat tujuh parameter desain produk, yaitu:

#### 1. Ciri-ciri

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

#### 2. Kinerja

Mengacu pada tingkat karakteristik utama produk saat beroperasi, pembeli produk-produk mahal sering membandingkan kinerja (<sup>168</sup>ormance) dari berbagai merek. Umumnya, konsumen bersedia membayar lebih untuk kinerja yang lebih ba<sup>12</sup>asalkan biaya tambahan tersebut dianggap sepadan dengan nilai yang diterima.

#### 3. Mutu Kesesuaian

Penyesuaian merujuk pada sejauh mana desain produk dan karakteristik operasinya mendekati standar yang diinginkan. Kualitas kesesuaian mengacu pada tingkat kesesuaian dan pemenuhan terhadap semua unit yang diproduksi dibandingkan dengan spesifikasi target yang telah ditetapkan. Proses ini dikenal sebagai konformitas <sup>1</sup> karena berhubungan dengan kepatuhan <sup>10</sup> terhadap spesifikasi tersebut.

#### 4. Tahan Lama (*Durability*)

Daya tahan adalah ukuran dari periode waktu yang diharapkan untuk operasi suatu produk. Misalnya, Volvo mempromosikan mobilnya sebagai kendaraan <sup>12</sup>ngan 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 meng<sup>73</sup> pada seberapa mudah suatu produk dapat diperbaiki jika mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan. Kemudahan perbaikan yang ideal terjadi ketika pengguna dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya <sup>33</sup>ah atau tanpa biaya sama sekali, serta tidak memerlukan waktu yang lama.

### 7. Model (*Style*)

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

60

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.

1

### 2.1.2 Ruang Lingkup Desain Produk

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

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

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

1. Desain peralatan.
2. Desain perkakas lingkungan.
3. Desain alat transportasi.
4. Desain produk kerajinan (*kriya*).



### 2.1.3 Fungsi Desain Produk

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

Dalam praktiknya, konsumen cenderung mempertimbangkan tampilan suatu produk sebelum memutuskan untuk membelinya. Apabila sebuah produk mampu menarik perhatian konsumen melalui aspek visual seperti bentuk, warna, ukuran, dan material pembuatan, serta ditawarkan dengan harga yang sesuai harapan, maka permintaan terhadap produk tersebut cenderung meningkat. Dalam konteks ini, fungsi desain produk berperan sebagai alat untuk menarik minat konsumen terhadap produk, dengan tujuan mempengaruhi dan meningkatkan proses pembelian 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. 1. Meningkatkan produk yang sudah ada.
2. 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. Pengendalian kualitas yang lebih baik terhadap bahan baku yang dibeli merupakan aspek penting dalam menjaga kualitas produk..
6. Mengembangkan produk baru.
7. Desain produk juga berfokus pada pengembangan fungsi baru dari produk yang sudah ada di pasaran.

### 2.1.5 Tahapan-Tahapan Desain Produk

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

Asdjuredja (2021: 58) menjelaskan tahapan-tahapan dalam proses desain produk sebagai berikut:

1. Mencari gagasan
2. Seleksi produk
3. Desain produk pendahuluan
4. Pengujian pasar
5. Desain akhir

### 2.1.6 Indikator Desain Produk

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

1. Variasi desain: 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.

57

## 2.2 Desain Proses

### 2.2.1 Pengertian Desain Proses

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

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

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

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

Dari pendapat para ahli sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa desain proses melibatkan kerjasama lintas departemen atau fungsional dalam perusahaan. Ini mencakup proses produksi,

manajemen sumber daya manusia, operasional, dan strategi perusahaan.

### 2.2.2 Maksud dan Tujuan Desain Proses

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

Hani (2020: 143) menjelaskan bahwa dalam desain proses, produk dibuat sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Perusahaan kemudian 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 produk dengan menggunakan mesin dan fasilitas yang ada atau yang dapat diperoleh.

### 2.2.3 Pengaruh Desain Proses

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

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

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**

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

1. **1** perencanaan Produksi:
  - a. Menentukan Produk yang Akan Dibuat: Perusahaan menetapkan produk yang akan diproduksi dengan membuat gambaran visual tentang jenis dan bentuk produk
  - b. Pertimbangan Desain Produk: Perusahaan menentukan sifat dan ciri-ciri produk, termasuk perencanaan, 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 mendeteksi kesalahan atau penyimpangan dalam proses produksi dibandingkan dengan rencana awal. Tindakan perbaikan dilakukan jika ditemukan masalah seperti mesin rusak.
2. Pengkajian Kelayakan Proses: Sebelum produksi massal, perusahaan mengkaji kelayakan proses desain untuk meminimalkan kesalahan dalam produksi.
3. Pengkajian Kemampuan Proses: Perusahaan mengecek kapasitas produksi yang optimal untuk memaksimalkan efisiensi dan hasil produksi.
4. Pengembangan Peralatan Proses: Perusahaan menyediakan peralatan produksi sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.
5. Rancangan Proses: Perancangan proses dilakukan untuk merencanakan atau mendesain produk yang akan dibuat, disesuaikan dengan kebutuhan produk yang akan dihasilkan.
6. Evaluasi Produk Ulang: Perusahaan mengevaluasi produk sebelum dipasarkan untuk mengurangi kemungkinan cacat dan memastikan kualitas yang tinggi.

### **2.3 Kualitas Produk**

#### **2.3.1 Pengertian Produk**

Dalam kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, produk diartikan sebagai barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan. Menurut Tjiptono (2017: 17), produk merujuk pada segala sesuatu

yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan

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

Menurut Philip Kotler (2019: 162), produk mencakup segala sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk menarik perhatian, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi keinginan atau kebutuhan. Di sisi lain, Ricky W. Griffin dan Ronaldo J. Ebert (2019: 166) mendefinisikan 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 dalam bentuk yang familiar. Sementara itu, dalam arti yang lebih luas, produk meliputi kombinasi antara elemen fisik (tangible) dan non-fisik (intangible), seperti warna, harga, kemasan, reputasi, dan layanan yang disediakan oleh produsen, dengan tujuan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.”

### 2.3.2 Kualitas Produk

Dalam kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, kualitas produk diartikan sebagai tingkat baik atau buruknya suatu barang atau jasa. Menurut M. Suyanto (2017: 110), kualitas merujuk pada sejauh mana suatu produk dapat memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan. Sementara itu, menurut Deming (2020: 3), kualitas adalah sejauh

mana suatu produk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen, dan perusahaan harus benar-benar memahami harapan konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan.

Menurut Garvin dan Davis (2019: 34), kualitas produk adalah kondisi yang terus berubah, mencakup aspek-aspek produk itu sendiri, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan, yang semuanya bertujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan atau konsumen. Dalam kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, kualitas produk diartikan sebagai tingkat baik atau buruknya suatu barang atau jasa. Menurut M. Suyanto (2017: 110), kualitas mengacu pada sejauh mana suatu produk secara efektif memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan.

Deming menjelaskan bahwa kualitas merujuk pada sejauh mana produk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen, sehingga perusahaan harus benar-benar memahami apa yang diharapkan konsumen dari produk yang akan dihasilkan. Sementara itu, menurut Garvin dan Davis (2019: 128), kualitas produk adalah kondisi yang terus berubah, melibatkan berbagai aspek seperti produk itu sendiri, tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan, dengan tujuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan atau konsumen.

Dalam kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, produk diartikan sebagai barang atau jasa yang diproduksi dan dibeli. Menurut Tjiptono (2017), produk mencakup segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan memenuhi keinginan dan kebutuhan. Banyak orang menganggap produk sebagai tawaran konkret, tetapi sebenarnya produk memiliki makna yang lebih luas. Secara umum, produk mencakup segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, layanan, pengalaman, acara, individu, lokasi, properti, organisasi, informasi, dan ide. Produk dapat diartikan sebagai segala sesuatu



yang dipasarkan untuk menarik perhatian, diakuisisi, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi keinginan atau kebutuhan.

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

Menurut M. Nur Rianto (2020: 266), dalam definisi sederhana, produk adalah kumpulan sifat fisik dan kimia yang nyata dan diorganisir dalam bentuk yang seragam dan dikenal. Namun, dalam pengertian yang lebih luas, produk mencakup berbagai sifat fisik (tangible) dan non-fisik (intangible), seperti warna, harga, kemasan, reputasi, dan layanan dari produsen, yang diterima oleh konsumen sebagai pemenuhan atas keinginan atau kebutuhan mereka.

### 2.3.3 Tingkatan Produk

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

1. Produk inti (Core Benefit), adalah manfaat utama atau esensial yang ditawarkan oleh produk dan menjadi alasan utama konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Produk dasar (Basic Product), adalah versi fungsional atau paling sederhana dari suatu produk yang tidak termasuk fitur tambahan.
3. Produk yang diharapkan (Expected Product) adalah atribut dan kondisi standar yang biasanya diinginkan oleh pelanggan saat membeli produk, yang dianggap sebagai normatif.
4. Produk yang ditingkatkan atau produk tambahan adalah layanan ekstra yang diberikan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dan dapat membedakan penawaran perusahaan dari pesaing..

### 2.3.4 <sup>60</sup> Klasifikasi Produk

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

#### <sup>3</sup> 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 pembelannya. Contohnya antara lain rokok, sabun, pasta gigi, baterai, permen, dan surat kabar. *Convenience goods* sendiri masih dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu staples, *impulse goods*, dan *emergency goods*.

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

#### b. Shopping Goods

Shopping goods adalah produk yang memerlukan konsumen untuk melakukan pemilihan dan perbandingan di antara berbagai alternatif yang ada. Dalam memilih shopping goods, konsumen biasanya mempertimbangkan kriteria seperti harga, kualitas, dan model dari setiap barang. 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,



tetapi terdapat perbedaan harga yang cukup besar. Akibatnya, konsumen cenderung membandingkan harga di berbagai (14) 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 (21a). 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. Produk Harapan (Expected Product): Ini adalah produk yang disediakan dengan berbagai atribut dan kondisi yang umumnya 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 (68) an 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 (11) dasar)
4. Produk Pelengkap (Augmented Product): Ini mencakup atribut tambahan (24) ng 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 (185) melaksanakan penelitian ini, peneliti memilih beberapa (62) penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	M Barry Ekaputra (2019)	Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap	Metode yang digunakan adalah metode survey. Teknik pengumpulan data yang	Berdasarkan hasil penelitian diketahui desain produk, desain proses dan kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi baik, serta desain produk dan proses desain

		Kualitas Produk di Pocket 22 Tasikmalaya	4 digunakan wawancara, kuesioner, dan sastra. Teknik sampling yang digunakan convenience sampling dengan jumlah sampel 60 responden untuk mewakili customer Pocket 22 Tasikmalaya. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur.	4 memiliki efek simultan pada kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya, tapi salah satu variabel x desain produk ini tidak berpengaruh parsial terhadap kualitas produk. Saran untuk Pocket 22 adalah harus selalu memperhatikan dan terus mengembangkan desain dan pembuatan proses desain dan proses manufaktur produk, terutama ketika setiap pelanggan mulai bosan dengan desain yang sudah ada. Sehingga kualitas produk tetap terjaga dengan baik.
2.	Jassela I <sup>33</sup> dayani (2020)	Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods	40 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.	45 Berdasarkan penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa desain produk mempengaruhi keputusan pembelian Bebbi Shoes. Keputusan pembelian <sup>93</sup> ini, pada gilirannya, berdampak pada kepuasan konsumen Bebbi Shoes. Artinya, setelah seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, <sup>165</sup> rilaku pasca pembelian akan menentukan apakah konsumen <sup>45</sup> rasa puas atau tidak. Desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan analisis menunjukkan bahwa desain produk memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.
3.	Danik Istifani (2022)	Pengaruh Desain Produk dan promosi Terhadap keputusan	5 Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi didalam	5 Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Desain Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap

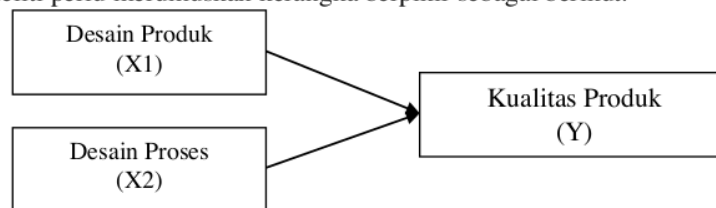
		pembelian pada Cathay Digital Surabaya	penelitian ini adalah pelanggan dari CATHAY Digital Surabaya sedangkan sampel berjumlah 100 responden yang melibatkan pengujian analisis hipotesis statistik.	keputusan Pembelian (Y), sedangkan Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y), lalu secara simultan desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).
--	--	--	---	---

Sumber: Diolah peneliti 2024

34

## 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

15

Berdasarkan gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa UD. Meto berusaha meningkatkan Kualitas Produk (Y) yang dihasilkan untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. 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 <sup>20</sup> Hipotesis

Menurut Suryabrata (2017: 21), hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya perlu diuji secara empiris. Berdasarkan <sup>96</sup> fakta-fakta yang telah dikumpulkan dan asumsi yang ada, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : <sup>1</sup> Ada Pengaruh Desain Produk Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat
- H2 : <sup>1</sup> Ada Pengaruh Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat
- H3 : <sup>1</sup> Ada Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di <sup>36</sup> 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 Gabung<sup>119</sup>: 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: Pen<sup>121</sup> deskriptif bertujuan untuk menjelaskan dan menguraikan peristiwa yang terjadi saat ini atau di masa lalu. 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.

Berdasarkan teori dan pendapat yang telah dipaparkan, pen<sup>101</sup> 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.

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

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

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

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

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

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

Menurut Umar (2018: 77), populasi 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 terkontrol 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. Kuisisioner ini menggunakan pendekatan tertutup, di mana pertanyaan langsung ditujukan



kepada responden terkait variabel-variabel penelitian yang telah ditetapkan. Skala Likert digunakan dalam penyusunan kuesioner untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2019: 62).

Angket yang telah 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

### 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:

#### 2 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..

### 11 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.

### 13 3.4.3 Regresi Linear Sederhana

Dalam analisis regresi linear sederhana pada 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 menguji dan membuktikan secara statistik hubungan antara desain produk dan keputusan pembelian, dilakukan uji korelasi product moment menggunakan SPSS for Windows versi 26. Uji ini digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linear antara dua variabel.

Menurut Sofyan Siragar (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 persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumusnya:

$$\sqrt{R^2 \times 100\%}$$

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  $(\alpha = 0,05)$ . Jika nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, maka variabel independen dianggap berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel, maka variabel independen tidak dianggap berpengaruh signifikan pada tingkat signifikansi tersebut.

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

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



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 dibagikan 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.

### 4.3 Hasil Penelitian

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

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

Tabel 4.5  
Hasil Total Skor Angket Pa... Variabel X1

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

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

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

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

Tabel 4.7  
Hasil Total Skor Angket Pada Variabel X2

No. Responden	Desain Proses (X2)								Total
	X.2.1	X.2.2	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)	Label ( $\alpha = 5\%$ )	Hasil Penelitian
1	X2.1	0,732	0,361	Valid
2	X2.2	0,523	0,361	Valid
3	X2.3	0,529	0,361	Valid
4	X2.4	0,540	0,361	Valid
5	X2.5	0,520	0,361	Valid
6	X2.6	0,695	0,361	Valid
7	X2.7	0,592	0,361	Valid
8	X2.8	0,679	0,361	Valid

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

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

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

Tabel 4.9  
Hasil Total Skor Angket Pada Variabel Y

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

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

Selanjutnya, peneliti melakukan uji validitas 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  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung positif dan melebihi nilai  $r$  tabel, maka butir soal tersebut dapat dinyatakan valid..

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

Tabel 4.10  
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel Y

No	Keterangan	Pearson Correlation ( $r$ hitung)	$r$ 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	<b>0,733</b>	Tinggi
Kualitas Produk	30	<b>0,835</b>	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.

Tabel 4.12  
Uji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2,805	3,895		,720	,478
1	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.

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

156 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..

## 34 6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

48 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 <sup>a</sup>				
		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

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

30 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:

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

### 3. Desain Proses:

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

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

#### 114 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 <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 <sup>a</sup>	.737	.717	2,483

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

155 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.



#### 113 4.7.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

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

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

#### 4.7.3 Hasil Uji Hipotesis

1.  $T$ -statistik sebesar 3.058 menunjukkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05.  $P$ -value (*Sig.*) sebesar 0.005 lebih kecil dari  $\alpha$  (0.05), sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan ada pengaruh Desain Proses terhadap Kualitas Produk dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.
2.  $T$ -statistik sebesar 3.413 menunjukkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05.  $P$ -value (*Sig.*) sebesar 0.002 lebih kecil dari  $\alpha$  (0.05), sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan ada pengaruh Desain Proses terhadap Kualitas Proses dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.
3. Analisis ini dilakukan untuk menguji apakah Desain Produk dan Desain Proses memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap Kualitas Produk. Hasil  $F$ -Statistic sebesar 37.769 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh

signifikan terhadap variabel dependen. *P-value (Sig.)* sebesar 0.000 lebih kecil dari *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 <sup>128</sup> **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, <sup>120</sup> 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 <sup>175</sup> 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 <sup>11</sup> 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 <sup>145</sup> 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 produktivitas dan moral pekerja, yang pada gilirannya <sup>158</sup> 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  $\alpha$  (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. Metro.

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 *alpha* (0.05), sehingga hipotesis nol (H03) yang menyatakan ada pengaruh bersama-sama dari kedua variabel terhadap Kualitas Produk dapat diterima yang artinya Desain Produk dan Desain Proses secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.

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

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

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

## 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.

- 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.
- Secara bersama-sama, Desain Produk dan Desain Proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto. Hasil uji F-Statistik sebesar 37.769 dan *P-value* (*Sig.*) sebesar 0.000 mengindikasikan bahwa kombinasi desain produk dan desain proses memberikan dampak yang lebih besar terhadap kualitas produk.

43

## 5.2 Saran

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

- Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar memberikan pelatihan bagi karyawan tentang pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk yang diharapkan pelanggan.
- 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.
- Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar merancang strategi yang mengintegrasikan peningkatan desain produk dengan desain proses yang optimal.
- Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar memperhatikan faktor-faktor seperti kepuasan pelanggan, ikatan emosional, kepercayaan dan pengalaman pelanggan dalam merancang strategi integrasi.
- Disarankan kepada pimpinan UD. Meto agar mempertimbangkan prinsip-prinsip komunikasi seperti komunikasi terbuka, saluran

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

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

## **DAFTAR PUSTAKA**

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



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

*Lampiran I*

## **KUESIONER**

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

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

**Informasi Umum**

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

**A. DESAIN PRODUK (X)**

71

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

## B. DESAIN PROSES (X2)

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

## C. KUALITAS PRODUK (Y)

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

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

#### FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN PADA UD. METO







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

---

ORIGINALITY REPORT

---

# 38%

SIMILARITY INDEX

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="https://repositori.unsil.ac.id">repositori.unsil.ac.id</a> Internet	622 words — 4%
2	<a href="https://repositori.uin-suska.ac.id">repositori.uin-suska.ac.id</a> Internet	462 words — 3%
3	<a href="https://123dok.com">123dok.com</a> Internet	290 words — 2%
4	<a href="http://www.e-jurnal.com">www.e-jurnal.com</a> Internet	217 words — 1%
5	<a href="https://repositori.stiamak.ac.id">repositori.stiamak.ac.id</a> Internet	205 words — 1%
6	<a href="https://repositori.um-palembang.ac.id">repositori.um-palembang.ac.id</a> Internet	191 words — 1%
7	<a href="https://idr.uin-antasari.ac.id">idr.uin-antasari.ac.id</a> Internet	113 words — 1%
8	<a href="https://journal.arimbi.or.id">journal.arimbi.or.id</a> Internet	106 words — 1%
9	<a href="https://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet	95 words — 1%



---

10	<a href="http://repository.uir.ac.id">repository.uir.ac.id</a> Internet	94 words — 1%
11	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet	87 words — 1%
12	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet	83 words — 1%
13	<a href="http://journal.stieamkop.ac.id">journal.stieamkop.ac.id</a> Internet	75 words — < 1%
14	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet	73 words — < 1%
15	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet	70 words — < 1%
16	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet	67 words — < 1%
17	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet	64 words — < 1%
18	<a href="http://journal.universitaspahlawan.ac.id">journal.universitaspahlawan.ac.id</a> Internet	63 words — < 1%
19	<a href="http://ppsmm.uniki.ac.id">ppsmm.uniki.ac.id</a> Internet	57 words — < 1%
20	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet	51 words — < 1%
21	<a href="http://pppm.stis.ac.id">pppm.stis.ac.id</a> Internet	48 words — < 1%

---

---

22	<a href="https://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet	46 words — < 1%
23	<a href="https://repository.unusia.ac.id">repository.unusia.ac.id</a> Internet	44 words — < 1%
24	<a href="https://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet	42 words — < 1%
25	<a href="https://repository.uksw.edu">repository.uksw.edu</a> Internet	42 words — < 1%
26	<a href="https://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet	41 words — < 1%
27	<a href="https://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet	41 words — < 1%
28	<a href="https://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet	40 words — < 1%
29	<a href="https://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet	39 words — < 1%
30	<a href="https://journal-stiyappimakassar.ac.id">journal-stiyappimakassar.ac.id</a> Internet	39 words — < 1%
31	<a href="https://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet	37 words — < 1%
32	<a href="https://journal2.um.ac.id">journal2.um.ac.id</a> Internet	34 words — < 1%
33	<a href="https://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet	33 words — < 1%

---

[repositori.uma.ac.id](https://repositori.uma.ac.id)

34	Internet	33 words — < 1%
35	Elly Syhadati, Desi Sri Astuti, Hamid Asman. "HUBUNGAN ANTARA KETERAMPILAN MEMBACA DENGAN SELF ESTEEM MAHASISWA", Jurnal Pendidikan Bahasa, 2018 Crossref	32 words — < 1%
36	fdocuments.net Internet	32 words — < 1%
37	konsultasiskripsi.com Internet	32 words — < 1%
38	repository.unas.ac.id Internet	32 words — < 1%
39	dspace.uii.ac.id Internet	31 words — < 1%
40	eprints.unmas.ac.id Internet	31 words — < 1%
41	johannessimatupang.wordpress.com Internet	31 words — < 1%
42	journal.stiepertiba.ac.id Internet	31 words — < 1%
43	repository.ar-raniry.ac.id Internet	31 words — < 1%
44	aimos.ugm.ac.id Internet	29 words — < 1%
45	journal.perbanas.ac.id Internet	

29 words — < 1%

46 repository.ibs.ac.id  
Internet

29 words — < 1%

47 repository.teknokrat.ac.id  
Internet

29 words — < 1%

48 journal-nusantara.com  
Internet

28 words — < 1%

49 adoc.tips  
Internet

27 words — < 1%

50 ejournal.undip.ac.id  
Internet

27 words — < 1%

51 repo.darmajaya.ac.id  
Internet

27 words — < 1%

52 repository.uinjkt.ac.id  
Internet

26 words — < 1%

53 repository-feb.unpak.ac.id  
Internet

25 words — < 1%

54 ejournal.sisfokomtek.org  
Internet

24 words — < 1%

55 ppjp.ulm.ac.id  
Internet

24 words — < 1%

56 repository.upstegal.ac.id  
Internet

23 words — < 1%

57 es.scribd.com

Internet

22 words — < 1%

58 repository.iainbengkulu.ac.id

Internet

22 words — < 1%

59 www.hashmicro.com

Internet

22 words — < 1%

60 android62.com

Internet

21 words — < 1%

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

Crossref

20 words — < 1%

62 etd.iain-padangsidimpuan.ac.id

Internet

20 words — < 1%

63 qdoc.tips

Internet

20 words — < 1%

64 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%

65 repo.stie-pembangunan.ac.id

Internet

19 words — < 1%

66 exbenkexord.wordpress.com

Internet

18 words — < 1%

67	<a href="http://ojs.atmajaya.ac.id">ojs.atmajaya.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
68	<a href="http://pdfcoffee.com">pdfcoffee.com</a> Internet	18 words — < 1%
69	<a href="http://repository.unugha.ac.id">repository.unugha.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
70	<a href="http://sip.iainpurwokerto.ac.id">sip.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
71	<a href="http://skripsistie.files.wordpress.com">skripsistie.files.wordpress.com</a> Internet	18 words — < 1%
72	<a href="http://digilib.unimed.ac.id">digilib.unimed.ac.id</a> Internet	17 words — < 1%
73	<a href="http://repository.uniba.ac.id">repository.uniba.ac.id</a> Internet	17 words — < 1%
74	<a href="http://repository.unib.ac.id">repository.unib.ac.id</a> Internet	16 words — < 1%
75	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	15 words — < 1%
76	<a href="http://acddc.org">acddc.org</a> Internet	15 words — < 1%
77	<a href="http://ejournal.raharjo.ac.id">ejournal.raharjo.ac.id</a> Internet	15 words — < 1%
78	<a href="http://ejournal.undiksha.ac.id">ejournal.undiksha.ac.id</a>	

Internet

15 words — < 1%

79 eprints.uny.ac.id

Internet

15 words — < 1%

80 www.researchgate.net

Internet

15 words — < 1%

81 Ilham Kamaruddin, Ambo Dalle, Andi Muh.  
Raehan, Asdar Musa, Andi Anisa Ade Triyenie.

"Analisis Gerak Biomekanika (Kinovea Software)

Untukmengembangkan Kemampuan Akurasi Shooting

Sepakbola Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Ke Olahragawaan

Universitas Negeri Makassar", Journal on Education, 2024

Crossref

14 words — < 1%

82 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%

83 ejurnal.universitaskarimun.ac.id

Internet

14 words — < 1%

84 j-innovative.org

Internet

14 words — < 1%

85 Nurul Ihsan Hasan, Rona Roudhotul Jannah.  
"Efektifitas Penyaluran Dana ZIS : Studi Kasus

pada SMA Terbuka Binaan LAZ Sukses Kota Depok", AL-FALAH :

Journal of Islamic Economics, 2019

Crossref

13 words — < 1%

86 Syska Sulistyowatie. "Faktor-Faktor Yang  
Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan

13 words — < 1%

# Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)", INA-Rxiv, 2018

Publications

- 
- 87 [issuu.com](http://issuu.com) 13 words — < 1%  
Internet
- 
- 88 [journal.likmi.ac.id](http://journal.likmi.ac.id) 13 words — < 1%  
Internet
- 
- 89 [prosiding.unipma.ac.id](http://prosiding.unipma.ac.id) 13 words — < 1%  
Internet
- 
- 90 [repository.iainkudus.ac.id](http://repository.iainkudus.ac.id) 13 words — < 1%  
Internet
- 
- 91 [repository.upbatam.ac.id](http://repository.upbatam.ac.id) 13 words — < 1%  
Internet
- 
- 92 [repository.ut.ac.id](http://repository.ut.ac.id) 13 words — < 1%  
Internet
- 
- 93 Mega Utami, Risma Zalianti, Putri Kardella Utami, Muhammad Adjie Adha. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN BRAND APPEL IPHONE", Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2022 12 words — < 1%  
Crossref
- 
- 94 Novianti Mugi Rahayu, Sri Isnowati. "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Perencanaan Anggaran, Pelaksanaan Anggaran, Pengadaan Barang Dan Jasa Dan Pencatatan Administrasi Terhadap Penyerapan Apbd Pemerintah Provinsi Jawa Tengah", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024 12 words — < 1%  
Crossref



95	<a href="http://eprints.unisbank.ac.id">eprints.unisbank.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
96	<a href="http://repo.stikesicme-jbg.ac.id">repo.stikesicme-jbg.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
97	<a href="http://rocketmanajemen.com">rocketmanajemen.com</a> Internet	12 words — < 1%
98	<a href="http://thesis.binus.ac.id">thesis.binus.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
99	<a href="http://digilib.iainlangsa.ac.id">digilib.iainlangsa.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
100	<a href="http://indeksprestasi.blogspot.com">indeksprestasi.blogspot.com</a> Internet	11 words — < 1%
101	<a href="http://journal.unnes.ac.id">journal.unnes.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
102	<a href="http://ojs.cahayamandalika.com">ojs.cahayamandalika.com</a> Internet	11 words — < 1%
103	<a href="http://ojs.polmed.ac.id">ojs.polmed.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
104	<a href="http://www.ie.its.ac.id">www.ie.its.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
105	<a href="http://www.jurnal.serambimekkah.ac.id">www.jurnal.serambimekkah.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
106	<a href="http://1library.net">1library.net</a> Internet	10 words — < 1%

107 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%

108 Budi Setyanta. "PERAN EKUITAS MERK TERHADAP LOYALITAS MERK BARBERSHOP DI KOTA YOGYAKARTA", Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2018  
Crossref 10 words — < 1%

109 MAKSI MAKSI MAKSI. "Volume 1 Nomor 1 Desember 2010", JURNAL RISET AKUNTANSI DAN AUDITING "GOODWILL", 2010  
Crossref 10 words — < 1%

110 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%

111 [digilib.iain-palangkaraya.ac.id](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id)  
Internet 10 words — < 1%

112 [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)  
Internet 10 words — < 1%

113 [duts.petra.ac.id](http://duts.petra.ac.id)  
Internet 10 words — < 1%

114 [eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id)  
Internet 10 words — < 1%

115 [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id)  
Internet 10 words — < 1%

116	<a href="http://journal.jis-institute.org">journal.jis-institute.org</a> Internet	10 words — < 1%
117	<a href="http://journal.stieken.ac.id">journal.stieken.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
118	<a href="http://journal.uc.ac.id">journal.uc.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
119	<a href="http://journal.unismuh.ac.id">journal.unismuh.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
120	<a href="http://journals.hnpu.edu.ua">journals.hnpu.edu.ua</a> Internet	10 words — < 1%
121	<a href="http://portalusaha12.blogspot.com">portalusaha12.blogspot.com</a> Internet	10 words — < 1%
122	<a href="http://repository.unmuhpnk.ac.id">repository.unmuhpnk.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
123	<a href="http://sefidvash.net">sefidvash.net</a> Internet	10 words — < 1%
124	<a href="http://wikistatistika.com">wikistatistika.com</a> Internet	10 words — < 1%
125	Erwin Tuanany, Tonny Sahusilawane, Maslan Abdin, Rudi Serang. "S.Tr. M.P.K", JURNAL SIMETRIK, 2024 Crossref	9 words — < 1%
126	Irmawati Tangko, Syaikhul Falah, Bill J. C. Pangayow. "PENGARUH SISTEM AKUNTANSI PEMERINTAH DAERAH, KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP	9 words — < 1%

KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH  
KABUPATEN PEGUNUNGAN BINTANG", Jurnal Akuntansi, Audit,  
dan Aset, 2019

Crossref

---

127	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
128	<a href="http://docshare.tips">docshare.tips</a> Internet	9 words — < 1%
129	<a href="http://e-journal.iainptk.ac.id">e-journal.iainptk.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
130	<a href="http://ejournal.iainbatanghari.ac.id">ejournal.iainbatanghari.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
131	<a href="http://ejournal.uigm.ac.id">ejournal.uigm.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
132	<a href="http://garuda.kemdikbud.go.id">garuda.kemdikbud.go.id</a> Internet	9 words — < 1%
133	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet	9 words — < 1%
134	<a href="http://lib.ibs.ac.id">lib.ibs.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
135	<a href="http://prodipplk.blogspot.com">prodipplk.blogspot.com</a> Internet	9 words — < 1%
136	<a href="http://repository.uhamka.ac.id">repository.uhamka.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%
137	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet	9 words — < 1%

---

- 138 repository.umy.ac.id  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 139 repository.widyatama.ac.id  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 140 rumahskripsilengkap.blogspot.com  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 141 www.bappedaniasbaratkab.org  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 142 www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 143 www.teoripendidikan.com  
Internet 9 words — < 1%
- 
- 144 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%
- 
- 145 Ayu Dwi Lestari. "PENGARUH MODAL KERJA DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN USAHAMIKRO KECIL MENENGAH REBANA DI KECAMATAN BUNGAH KABUPATEN GRESIK", MANAJERIAL, 2018  
Crossref 8 words — < 1%
- 
- 146 Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020  
Crossref 8 words — < 1%

---

147 Dona Apriyani, Nurdiawansyah, Khairudin, Luke Suciyati Amna. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah di Daerah Sumatera", Jurnal EMT KITA, 2023

Crossref

8 words — < 1%

---

148 Gema Otheliansyah, Raynal Yasni. "Pengaruh Penyaluran Dana Desa pada Indikator Perekonomian Kabupaten Daerah Tertinggal di Indonesia", Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik, 2021

Crossref

8 words — < 1%

---

149 Khoirul Ikhwan. "PENGARUH JENIS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN HAND PHONE ANDROID DI COUNTER CLINIK ANDROID MADIUN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2015

Crossref

8 words — < 1%

---

150 Muhammad Habibi. "Pengaruh Opini Audit dan Temuan Audit terhadap Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Provinsi Kalimantan Timur", INA-Rxiv, 2018

Publications

8 words — < 1%

---

151 Wildan Kurniawan, Uce Indahyanti. "Prediksi Angka Harapan Hidup Penduduk Menggunakan Metode XGBoost", Indonesian Journal of Applied Technology, 2024

Crossref

8 words — < 1%

---

152 e-journalppmunsa.ac.id

Internet

8 words — < 1%

---

153 eprint-sendratasik, Abrilia Dwi Alfianingrum. "BENTUK PERTUNJUKAN KESENIAN BARONGAN

8 words — < 1%

WAHYU BUDAYA DI DUKUH KARANG REJO DESA LORAM  
KULON KECAMATAN JATI KABUPATEN KUDUS", INA-Rxiv, 2017

Publications

---

154	<a href="http://gudangilmusyariah.blogspot.com">gudangilmusyariah.blogspot.com</a> Internet	8 words — < 1%
155	<a href="http://journal.feb.unmul.ac.id">journal.feb.unmul.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
156	<a href="http://journal.unj.ac.id">journal.unj.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
157	<a href="http://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id">jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id</a> Internet	8 words — < 1%
158	<a href="http://jurnal.umsb.ac.id">jurnal.umsb.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
159	<a href="http://knia.stialanbandung.ac.id">knia.stialanbandung.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
160	<a href="http://mayaichigo.blogspot.com">mayaichigo.blogspot.com</a> Internet	8 words — < 1%
161	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet	8 words — < 1%
162	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
163	<a href="http://repository.stipjakarta.ac.id">repository.stipjakarta.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
164	<a href="http://repository.ukwms.ac.id">repository.ukwms.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%

165	<a href="http://repository.ummat.ac.id">repository.ummat.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
166	<a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
167	<a href="http://repository.unisbablitar.ac.id">repository.unisbablitar.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
168	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet	8 words — < 1%
169	<a href="http://upi-yptk.ac.id">upi-yptk.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
170	<a href="http://veriasadotnet.files.wordpress.com">veriasadotnet.files.wordpress.com</a> Internet	8 words — < 1%
171	<a href="http://www.akademik.unsri.ac.id">www.akademik.unsri.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
172	<a href="http://www.balibajaringan.com">www.balibajaringan.com</a> Internet	8 words — < 1%
173	<a href="http://www.blogarama.com">www.blogarama.com</a> Internet	8 words — < 1%
174	<a href="http://www.igjepara.com">www.igjepara.com</a> Internet	8 words — < 1%
175	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet	8 words — < 1%
176	Jaka Darmawan, Widya Eka Saputri. "Faktor-Faktor Ekonomi yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting", Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2020 Crossref	7 words — < 1%



---

177 Randa Syahbudin, Tinneke M. Tumbel, Anneke Punuindoong. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani", *Productivity*, 2023 7 words — < 1%

Crossref

---

178 [gudang-makalah-download.blogspot.com](http://gudang-makalah-download.blogspot.com) 7 words — < 1%

Internet

---

179 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 6 words — < 1%

Crossref

---

180 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 6 words — < 1%

Crossref

---

181 Sunarto Sunarto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KERAJINAN KULIT KARTIKA MAGETAN", *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 2015 6 words — < 1%

Crossref

---

182 Syahrifah Arina, Facrul Rozi, Malesa Anan. "PENGARUH PENYUSUTAN AKTIVA TETAP TERHADAP LABA PADA PT BANK MESTIKA DHARMA, TBK", *Worksheet : Jurnal Akuntansi*, 2024 6 words — < 1%

Crossref

---

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

---

184 afidburhanuddin.wordpress.com  
Internet 6 words — < 1%

---

185 eprints.radenfatah.ac.id  
Internet 6 words — < 1%

---

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

---

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF