

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 K⁴⁵UALITAS PRODUK PADA UD.METO
DI KABUPATEN NIAS BARAT**

SKRIPSI



Oleh:

SERIOUS WARUWU
NIM. 2319458

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

Puji Tuhan, peneliti panjatkan kepada Tuhan, atas segala berkat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat”**.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, peneliti benar-benar membutuhkan ketelitian penulisan sehingga sesuai dengan aturan-aturan dan pedoman yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Selain itu, peneliti juga mengalami kendala khususnya dalam mendapatkan buku-buku referensi untuk mendukung topik dan dengan pertolongan Tuhan dan juga bantuan dari beberapa pihak, peneliti akhirnya dapat memperoleh referensi tersebut.

Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Eliyunus Waruwu, S.Pt.,M.Si, selaku Rektor Universitas Nias.
2. Ibu Maria Magdalena Bate'e, S.E.,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
3. Bapak Yupiter Mendrofa, S.E.,M.M., selaku Ketua Prodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Nias
4. Ibu Serniati Zebua, S.E.,M.Si., sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan penelitian ini sehingga menjadi semakin sempurna.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Civitas Akademika Universitas Nias yang telah membekali ilmu dan membimbing peneliti selama perkuliahan.
6. Bapak pimpinan UD. Meto beserta karyawan yang telah menerima dan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
7. Keluarga tercinta yang telah bersusah payah memberi dukungan doa, moril, maupun materil yang sangat dibutuhkan peneliti dalam menyusun penelitian ini.

93
Peneliti menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan baik dari segi bahasa dan juga cara penulisan. Untuk itu saran kritik yang sifatnya membangun akan sangat berharga kepada peneliti.

Demikian disampaikan dan diucapkan terima kasih.

Gunungsitoli, Juni 2024

Peneliti,

SERIUS WARUWU
NIM. 2319458

DAFTAR ISI

		Halaman
17	KATA PENGANTAR.....	107
	DAFTAR ISI.....	iii
	DAFTAR GAMBAR.....	iv
	DAFTAR TABEL.....	v
BAB I	PENDAHULUAN.....	1
	1.1 Latar Belakang.....	1
	1.2 Identifikasi Masalah.....	4
	1.3 Batasan Masalah.....	4
	1.4 Rumusan Masalah.....	4
	1.5 Tujuan Penelitian.....	5
	1.6 Manfaat Penelitian.....	5
	1.7 Defenisi Operasional.....	6
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	7
	2.1 Desain Produk.....	7
	2.1.1 Pengertian Desain Produk.....	7
	2.1.2 Ruang Lingkup Desain Produk.....	9
	2.1.3 Fungsi Desain Produk.....	9
	2.1.4 Maksud dan Tujuan Desain Produk.....	10
	2.1.5 Tahapan-Tahapan Desain Produk.....	11
	2.1.6 Indikator Desain Produk.....	11
	2.2 Desain Proses.....	12
	2.2.1 Pengertian Desain Proses.....	12
	2.2.2 Maksud dan Tujuan Desain Proses.....	13
	2.2.3 Pengaruh Desain Proses.....	13
	2.2.4 Indikator Desain Proses.....	14
	2.3 Kualitas Produk.....	15
	2.3.1 Pengertian Produk.....	15
	2.3.2 Kualitas Produk.....	15
	2.3.3 Tingkatan Produk.....	18
	2.3.4 Klasifikasi Produk.....	18
	2.3.5 Indikator Kualitas Produk.....	20
	2.4 Penelitian Terdahulu.....	20
	2.5 Kerangka Pemikiran.....	22
	2.6 Hipotesis.....	22
BAB III	METODE PENELITIAN.....	23
	3.1 Jenis Penelitian.....	23
	3.2 Populasi dan Sampel.....	24
	3.2.1 Populasi.....	24
	3.2.2 Sampel.....	24
	3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
	3.4 Teknik Analisa Data.....	26
	3.4.1 Uji Validitas.....	27
	3.4.2 Uji Reliabilitas.....	27
	3.4.3 Regresi Linear Sederhana.....	28

	3.4.4	Koefisien Korelasi.....	28
	3.4.5	Koefisien Determinasi.....	28
63	3.4.6	Uji Hipotesis (Uji T).....	29
3.5		Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	29
	3.5.1	Lokasi Penelitian.....	29
	3.5.2	Jadwal Penelitian.....	29
69		BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
	4.1	Deskripsi Data.....	32
	4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
	4.1.2	Karakter Responden.....	33
	4.2	Verifikasi Data.....	34
70	4.2.1	Distribusi Data Variabel.....	35
	4.3	Hasil Penelitian.....	36
	4.3.1	Uji Validitas Butir Soal Pada Variabel Desain Produk (X1).....	36
48	4.3.2	Uji Validitas Butir Soal Pada Variabel Desain Produk (X1).....	38
48	4.3.3	Uji Validitas Butir Soal Pada Variabel Desain Produk (X1).....	39
80	4.4	Uji Hipotesis.....	42
	4.4.1	Uji T (Secara Parsial).....	42
119	4.4.2	Uji F (Secara Simultan).....	43
	4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	43
	4.6	Koefisien Determinasi.....	44
	4.7	Analisa Hasil Penelitian.....	45
	4.7.1	Hasil Distribusi Data.....	45
	4.7.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
	4.7.3	Hasil Uji Hipotesis.....	46
	4.8	Pembahasan.....	47
	4.8.1	Interpretasi Analisis Regresi.....	47
	4.8.2	Implikasi Hasil Terhadap UD. Meto.....	49
30		Hasil Penelitian.....	53
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
	5.1	Kesimpulan.....	56
	5.2	Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 22

DAFTAR TABEL

	Halaman
34	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
Tabel 4.4 Distribusi Data Usia.....	35
Tabel 4.5 Hasil Total Skor Angket Pada Variabel (X1).....	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel (X1).....	37
Tabel 4.7 Hasil Total Skor Angket Pada Variabel (X2).....	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel (X2).....	39
Tabel 4.9 Hasil Total Skor Angket Pada Variabel (Y).....	40
15 Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel (Y).....	41
Tabel 4.11 Hasil Dari Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.12 Uji Hipotesis Secara Parsial.....	42
Tabel 4.13 Uji Hipotesis Secara Simultan.....	43
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.15 Uji Korelasi dan Determinasi.....	45

3 BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha pada saat ini. Banyaknya usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang tidak sejenis, karena itu kegiatan perancangan produksi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui keinginan konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami kebutuhan konsumen tersebut. Hal ini ditentukan seberapa besar kualitas produk yang diproduksi dan ditawarkan oleh perusahaan.

Pentingnya memahami keinginan konsumen agar menjadi perhatian perusahaan berbagai industri salah satunya yaitu industri *furniture*. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat desain sebuah peralatan rumah tangga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya desain dengan mengikuti perkembangan teknologi dan tren saat ini seperti desain minimalis yang dirancang dan diproduksi untuk kebutuhan perumahan-perumahan dan tempat lainnya.

Di era saat ini bisnis dibidang properti memang sedang marak, mereka berlomba-lomba dan bersaing untuk mencari keuntungan dengan menciptakan desain menarik, yang didalamnya membuat produk yang sedang disukai masyarakat luas. Kondisi persaingan diantara perusahaan sejenis juga membuat perusahaan berlomba untuk mempertahankan konsumen dan berusaha meraih konsumen lebih banyak lagi. Selain itu, semakin banyaknya permintaan dari konsumen akan produk yang *fresh* membuat perusahaan,

terutama dibidang properti perlu melakukan terobosan dan membuat inovasi supaya para konsumen tidak jauh akan desain-desain terdahulu.

Desain produk dan desain proses yang sudah ada juga perlu dijaga dan ditingkatkan karena itu sangat mencerminkan perusahaan itu sendiri. Usaha tetap menjaga desain agar selalu menjadi nomor satu agar citra perusahaan tetap terjaga baik dimata konsumen. Dengan peningkatan teknologi dan perubahan sosial tersebut maka persaingan diantara pelaku bisnis merupakan hal yang sering terjadi. Perusahaan harus senantiasa melakukan berbagai cara atau strategi yang nantinya dapat membuat konsumen menyukai produk yang ditawarkan.

Kecamatan Lahomi dan sekitarnya merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi perusahaan dengan menghasilkan produk yang memiliki daya tarik berinovasi dan kualitas produk yang baik bagi konsumen. Salah satunya adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang konstruksi telah memiliki produk yang cukup dikenal dari berbagai kalangan pemakai, untuk dapat mempertahankan eksistensinya ditengah persaingan global saat ini harus mampu meningkatkan kualitasnya, desain yang dihasilkan ditentukan oleh kegiatan yang dilakukan pada saat awal proses produksi hingga barang jadi.

Usaha untuk selalu menjaga desain harus menjadi nomor satu agar citra perusahaan tetap terjaga baik dimata konsumen. Desain produk dapat dilihat dari produk yang telah dihasilkan, semakin terjamin modelnya dan banyak dipakai oleh masyarakat.

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

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

57 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut 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.

15 1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian, dan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti dalam pembahasan usulan penelitian ini, maka diperlukan pembatasan masalah yang diteliti.

Menurut Zuriah (2015: 26), bahwa “Pembatasan masalah perlu dilakukan dengan tujuan agar pokok permasalahan yang diteliti tidak terlalu melebar dari yang sudah ditentukan, atau peneliti lebih berfokus pada tujuan yang akan diteliti”.

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan serta mempermudah dalam melakukan pembahasan, maka perlu dibatasi permasalahan, dalam penelitian ini hanya akan membahas tentang Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

1.4 Rumusan Masalah

Masalah dapat diartikan sebagai suatu kesenjangan atau perbedaan antara hasil yang diinginkan dengan kenyataan yang diperoleh. Dengan mengetahui permasalahan, maka tindakan yang diambil tepat dan tidak menyimpang dari persoalan yang terjadi.

Dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut:

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

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pada pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

1.6 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti tentang perbandingan antara kondisi objektif di lapangan dan teori-teori yang telah dipelajari sehingga adanya pemahaman mengenai kesenjangan antara teori dan terapan yang sesungguhnya secara praktis.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Nias

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

3. Bagi Lokasi Penelitian

Sebagai bahan masukan dalam membuat kebijakan, terutama mengenai pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih jauh khususnya seputar tentang pengaruh desain produk dan desain proses terhadap kualitas produk pada UD. Meto di Kabupaten Nias Barat.

1.7 Defenisi Operasional

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

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

1. Desain produk adalah proses merancang gaya dan fungsi produk, menciptakan produk yang menarik, mudah, aman, dan tidak mahal untuk dipergunakan dan servis, serta sederhana dan ekonomis untuk dibuat dan didistribusikan.
2. Desain Proses merupakan model dari suatu cara yang dipergukankan dalam melakukan kegiatn produksi. Proses ini dapat meliputi bentuk, kualitas, bahan-bahan yang dipergunakan dan tipe produksi itu sendiri.
3. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Produk

2.1.1 Pengertian Desain Produk

Menurut Kotler dan Keller (2019: 332), mengatakan bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Desain menawarkan tiga hal:

1. Fungsi
2. Estetika
3. Daya tarik

Lebih lanjut masih menurut Kotler dan Keller, desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik adalah produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah di buka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang.

Menurut Azany (2020: 45) desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar semakin mudah dalam menggunakan suatu produk.

Menurut Stanton (2020) Desain Produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Perusahaan juga makin menyadari pentingnya nilai pemasaran dari desain produk, terutama desain penampilannya. Dua faktor yang menyangkut desain produk adalah warna dan kualitas produk. Pemilihan warna yang tepat merupakan keuntungan tersendiri bagi pemasaran suatu produk. Ketepatan manajemen dalam memilih warna apa yang sesuai serta kapan harus mengganti warna produk. Hal ini dapat memberikan keuntungan yang lebih bagi perusahaan apabila perusahaan dapat menggunakan warna secara maksimal. Telah lama diakui bahwa pendayagunaan

warna yang tepat dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Begitu pula halnya dengan memasyarakatkan secara tepat citra kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Para eksekutif pemasaran harus mampu membuat keputusan-keputusan tentang kualitas produknya. Seperti suatu produk harus mampu mencapai tingkat kualitas yang sesuai dengan fungsi penggunaannya.

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

1. Ciri-ciri

Ciri-ciri adalah karakteristik yang mendukung fungsi dasar produk. Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan beberapa ciri-ciri. Ciri-ciri produk merupakan alat kompetitif untuk produk perusahaan yang terdiferensiasi. Beberapa perusahaan sangat inovatif dalam penambahan ciri-ciri baru ke produknya. satu dari faktor kunci keberhasilan perusahaan jepang adalah karena mereka secara terus menerus meningkatkan ciri-ciri tertentu pada produk seperti arloji, mobil, kalkulator, dll. Pengenalan ciri-ciri baru dinilai merupakan satu dari cara-cara yang sangat efektif dalam persaingan.

2. Kinerja

Mengacu kepada tingkat karakteristik utama produk pada saat beroperasi. pembeli produk-produk mahal biasanya membandingkan kinerja (kenampakan/ prestasi) dari merek-merek yang berbeda. Para pembeli biasanya rela membayar lebih untuk kinerja yang lebih baik sepanjang lebihnya harga tidak melebihi nilai yang dirasakan.

3. Mutu Kesesuaian

Yang dimaksud dengan penyesuaian adalah tingkat dimana desain produk dan karekteristik operasinya mendekati standar sasaran. Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Hal ini disebut konformansi karena spesifikasinya.

4. Tahan Lama (*Durability*)

Daya tahan merupakan ukuran waktu operasi yang diharapkan dari suatu produk tertentu. Sebagai contoh, Volvo mengiklankan mobilnya sebagai mobil yang mempunyai waktu pakai tertinggi untuk menjustifikasi harganya yang lebih tinggi. Pembeli bersedia membayar lebih untuk produk yang lebih tahan lama.

5. Tahan Uji (*Reliabilitas*)

Reliabilitas adalah ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan berfungsi salah atau rusak dalam suatu periode waktu tertentu. Pembeli rela membayar lebih untuk produk-produk dengan reputasi reliabilitas yang lebih tinggi. Mereka ingin menghindari biaya karena kerusakan dan waktu untuk reparasi.

6. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

Kemudahan perbaikan adalah suatu ukuran kemudahan perbaikan suatu produk yang mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan kerusakan. Kemudahan perbaikan ideal akan ada jika pemakai dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya murah atau tanpa biaya dan tanpa memakan waktu terlalu lama.

7. Model (*Style*)

Model menggambarkan seberapa jauh suatu produk tampak dan berkenan bagi konsumen. Model memberi keunggulan ciri kekhususan produk yang sulit untuk ditiru. Sebagai contoh, banyak pembeli mobil yang membayar lebih untuk mobil jaguar karena penampilannya yang luar biasa walaupun jaguar sendiri tidak begitu baik dari segi ketahanan uji (*reliability*).

Salah satu alasan yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk karena diproduksi menggunakan bahan yang berkualitas. Selain itu, desain yang begitu elegan terlihat mewah sehingga dapat dikatakan bahwa harga yang relatif tinggi dari produk.

2.1.2 ¹ Ruang Lingkup Desain Produk

Desain produk merupakan salah satu bidang keilmuan yang terintegrasi dengan segala bentuk aspek kehidupan manusia dari masa ke masa. Memadukan unsur khayal dan orientasi penemuan solusi untuk berbagai masalah yang dihadapi manusia dengan menjembatani estetika serta teknologi yang masing-masingnya dinamis dan memiliki pola tertentu dalam perkembangannya.

Lingkup desain produk dapat dikatakan hampir tidak terbatas, melingkupi semua aspek yang memungkinkan untuk dipecahkan oleh profesi/kompetensi ini. Namun demikian jika mengacu pada perkembangan internasional, terdapat wilayah profesi yang tegas terdiri atas desain produk, desain grafis dan desain interior.

Menurut Tjiptono (2017: 152) desain produk dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok kompetensi, yaitu:

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

2.1.3 Fungsi Desain Produk

Setiap produk yang dihasilkan tentu mempunyai kegunaan atau fungsi yang berbeda-beda, hal ini tergantung kepada keperluan apa

produk tersebut dibuat. Mengenai fungsi desain produk, Harold (2019: 53) mengemukakan bahwa “Fungsi desain produk adalah sebagai semua pekerjaan yang dipilih untuk mengatur manufaktur produk dengan cara-cara yang paling ekonomis dan sesuai peraturan dan keselamatan kerja”.

Dilihat dari kenyataannya serta pada umumnya, konsumen dalam membeli suatu barang, terlebih dahulu melihat dari tampilan barang tersebut, maka jika barang yang ditawarkan tampilannya menarik baik dari bentuk, warna, ukuran maupun bahan pembuatannya, serta harga barang sesuai dengan harapan konsumen, maka permintaan barang akan dapat meningkat. Maka pada kenyataannya, fungsi desain produk di sini adalah sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang ditawarkan yaitu dengan tujuan untuk mempengaruhi dan meningkatkan proses pembelian konsumen.

Adapun mengenai tampilan barang yang disebutkan di atas (bentuk, ukuran dan warna) Agus (2019: 241) berpendapat bahwa:

1. Bentuk
Bentuk harus diperhatikan khususnya mengenai unsur estetika (seni) meliputi keindahan bentuk, tetapi bentuk ini harus disesuaikan dengan fungsi dan keselamatan dari produk.
2. Ukuran
Untuk memperoleh hasil yang memuaskan terutama dalam fungsi produk yang akan dibuatnya, terlebih dahulu harus merencanakan ukuran yang seimbang dari bagian produk.
3. Warna
Komposisi warna harus dinamis, warna yang digunakan harus berbeda dengan produk lain

2.1.4 Maksud dan Tujuan Desain Produk

Kelangsungan hidup suatu perusahaan antara lain tergantung pada peranan penelitian dan pengembangan produk yang dilaksanakan. Desain produk mempunyai maksud dan tujuan untuk membantu perusahaan dalam menciptakan dan mengembangkan produk baru atau untuk menjamin hasil produksi yang sesuai dengan keinginan pelanggan disatu pihak serta dipihak lain untuk menyesuaikan dengan kemampuan perusahaan tanpa

mengesampingkan kualitas yang dihasilkan. Cara untuk pengembangan suatu produk yaitu dengan menciptakan desain produk yang didasarkan atas hasil penelitian yang seksama.

Adapun dari desain produk tersebut mempunyai maksud dan tujuan. Sebagaimana menurut Asdjudiredja (2021: 54), mengemukakan maksud dan tujuan dari desain produk sebagai berikut:

1. Memperbaiki produk yang sudah ada
2. Mengurangi biaya produksi melalui perbaikan produksi dan operasi
3. Menganalisa produk pesaing
4. Memanfaatkan sisa bahan, sampah produksi bila mungkin untuk membuat produk sampingan.
5. Pengendalian kualitas yang lebih baik atas bahan yang dibeli.
6. Mengembangkan produk baru.
7. Mengembangkan kegunaan baru dari produk yang telah ada pada saat ini.

2.1.5 ¹ Tahapan-Tahapan Desain Produk

Konsep produk dikembangkan dari sumber yang bervariasi yang berasal dari dalam dan luar perusahaan, konsep yang dapat lolos pada tahapan desain produk, berproses melalui berbagai tahap dengan pengkajian menerus umpan balik dan evaluasi dalam lingkungan sangat partisipatif untuk meminimumkan kegagalan.

Menurut Asdjudiredja (2021: 58) mengemukakan tahap-tahap kegiatan desain produk sebagai berikut:

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

2.1.6 Indikator Desain Produk

Menurut Azany (2020: 45), terdapat beberapa ¹² indikator terkait desain produk, yaitu:

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

2.2 Desain Proses

2.2.1 Pengertian Desain Proses

Desain Proses merupakan model dari suatu cara yang dipergunakan dalam melakukan kegiatan produksi. Proses ini dapat meliputi bentuk, kualitas, bahan-bahan yang dipergunakan dan tipe produksi itu sendiri. Untuk lebih jelas lagi, berikut ini akan penulis kemukakan pengertian proses desain menurut para ahli.

Desain proses menurut Mitra Bestari (2019: 39), adalah cara atau metode bagaimana sumber daya yang ada diubah untuk memperoleh hasil. Setiap unsur yang ada pada bagian produksi tentunya memiliki fungsinya masing-masing. Fungsi tersebut menjelaskan mengenai kegunaan yang ada pada unsur bersangkutan. Fungsi dan Desain proses adalah mengatur kegiatan proses produksi dengan maksud untuk menekan biaya proses produksi.

Pengertian Desain proses menurut Sukanto Reksohadiprodjo (2019: 13), yaitu proses menseleksi input, aliran kerja dan metode untuk memproduksi barang dan jasa, seleksi input meliputi pemilihan sumber daya manusia, bahan mentah, alat yang masuk dalam proses operasi sejalan dengan strategi organisasi dan kemampuan untuk mendapatkan sumber-sumber daya manusia.

Sedangkan menurut Haming dan Numajamudin (2019: 300), Desain proses produk dan jasa merupakan suatu kegiatan yang senantiasa berlangsung secara lintas departemen dan fungsional, menekankan adanya interaksi masukan atau pikiran, koordinasi, dan tindakan dari fungsi pemasaran, rekayasa industrial, produksi, sumber daya manusia, dan hukum.

Dari pendapat para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa desain proses adalah proses yang berlangsung antar lintas departemen atau fungsional dari sebuah perusahaan, yang berkaitan dengan proses produksi, sumber daya manusia, proses operasi dan strategi perusahaan.

2.2.2 Maksud dan Tujuan Desain Proses

Sebelum suatu kegiatan produksi dilakukan maka perlu dirancang terlebih dahulu mengenai pelaksanaan proses produksi itu sendiri. Dengan merancang produksi yang akan dilakukan, diharapkan perusahaan akan dapat memilih bahan baku yang akan dipergunakan, tipe proses produksi, maupun peralatan jenis apa yang akan digunakan. Dari semua hal tersebut diatas dilakukan selain untuk menekan biaya juga agar volume produksi dapat sesuai dengan target yang diharapkan.

Menurut Hani (2020: 143) dalam kegiatan Desain proses biasanya produk dibuat sesuai dengan apa yang direncanakan dalam Desain proses kemudian menentukan apakah akan membuat sendiri produk tersebut atau akan membeli dari perusahaan lain yang telah ditentukan, juga bagian Desain proses dapat menentukan dan memutuskan mengenai layak atau tidaknya suatu produk untuk diproduksi oleh perusahaan. Maka dari itu Desain proses adalah mengusahakan pemilihan cara-cara yang seekonomis mungkin dalam membuat produk dengan mesin mesin dan fasilitas-fasilitas lainnya yang tersedia atau yang dapat disediakan.

2.2.3 Pengaruh Desain Proses

Desain proses merupakan suatu rancangan mengenai proses pembuatan suatu produk, sebagaimana yang telah digambarkan dalam produk desain dengan menggunakan fasilitas produk yang dimiliki. Sesudah Desain proses selesai dibuat oleh perancang produk, baru kemudian dibuat suatu desain proses. Hasil dari proses

desain membentuk bagan-bagan proses. Bagian-bagian proses ini merupakan alat-alat dari perencanaan dan pengelolaan berbagai transformasi.

Berikut ini berbagai macam bagan yang digunakan dalam perencanaan dan pengelolaan proses. Menurut Hani (2020: 144) yaitu:

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

Bagian aliran proses adalah peralatan pokok perbaikan aliran perbaikan bahan-bahan. Bagan-bagan aliran proses merinci proses kedalam unsur-unsur dan simbol-simbol tersebut disusun bagan yang mencakup spesifikasi bagan-bagan proses, waktu pengoprasian dan infeksi barang-barang transformasi (pemindahan) bahan atau jarak yang harus ditempuh karyawan, serta spesifikasi kegiatan-kegiatan penundaan dan penyimpanan. Jadi bagian aliran proses menurut Hani (2020:144) yakni memberikan petunjuk-petunjuk yang lengkap tentang cara pelaksanaan suatu proses. Berikut adalah simbol-simbol yang biasa digunakan dalam bagan aliran proses:

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

Bagan operasi atau *routing sheet* adalah mirip dengan bagan perakitan dengan perbedaan bahwa bagan proses operasi-operasi mencakup spesifikasi-spesifikasi untuk bagian-bagian dan waktu-waktu pengoprasian dan pemeriksaan. *Routing sheet* adalah lebih terperinci dari bagan perakitan karna menunjukkan operasi-operasi dan *routing* yang diperlukan untuk suatu bagan proses individual. Setiap operasi mesin atau karyawan didaftar, begitu juga dengan berbagai peralatan dan perkakas yang diperlukan. Jadi, bagan proses operasi-operasi atau *routing sheet* memberikan petunjuk-petunjuk yang lebih lengkap tentang cara-cara memproduksi suatu barang. Dengan kata lain *routing sheet* menetapkan secara tepat cara untuk memproduksi suatu barang dengan mengidentifikasi peralatan dan perkakas yang digunakan, operasi-operasi dan urutan yang harus diikuti, serta estimasi waktu penyiapan dan waktu beroperasinya mesin.

2.2.4 Indikator Desain Proses

Menurut Hani (2020: 151) Kegiatan-kegiatan yang ada dan merupakan indikator dari desain proses meliputi:

1. Perencanaan produksi

Sebelum membuat proses desain perusahaan merencanakan produksi, adapun perencanaan produksi yang dilakukan adalah:

- a. Menentukan produk yang akan dibuat: perusahaan menentukan terlebih dahulu produk yang akan dibuat, yaitu dengan gambar terlebih dahulu jenis dan bentuk produk yang akan diproduksi.
- b. Mempertimbangkan produk desain: menentukan terlebih dahulu sifat dan ciri-ciri dari pada produk terutama perencanaan, bentuk dan fungsi (spesifikasi produk).
- c. Menentukan kelompok produksi: dalam hal ini perusahaan akan 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.

- d. Mengevaluasi proses produksi yang dilakukan: evaluasi penting dilakukan untuk mengetahui terjadi tidaknya kesalahan atau penyimpangan dalam proses produksi, dari rencana yang telah dibuat sebelumnya, dimana dengan adanya mesin yang rusak sehingga mengganggu jalannya kegiatan lain maka dengan segala hal tersebut akan ditindak lanjuti.
2. Pengkajian kelayakan proses
Perusahaan sebelum memproduksi lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan pengkajian kelayakan proses desain. Hal ini bertujuan untuk mengurangi atau meminimalkan kesalahan dalam proses produksi.
3. Pengkajian kemampuan proses
Perusahaan sebelum memproduksi mengecek kapasitas produksi yang akan optimal.
4. Pengembangan peralatan proses
Perusahaan mampu menyediakan alat proses produksi sesuai yang dibutuhkan.
5. Rancangan proses
Rancangan proses dilakukan untuk merancang atau mendesain produk yang akan dihasilkan. Perusahaan dalam merancang proses produksi disesuaikan dengan kebutuhan yang akan dihasilkan.
6. Evaluasi produk ulang
Perusahaan melakukan evaluasi produk sebelum dipasarkan untuk meminimalkan produk cacat

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Produk

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan dibeli tambahan. Sementara menurut Tjiptono (2017: 17), bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.”

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Menurut Petter Salim (2019: 192), “Secara luas produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide.” Produk didefinisikan juga sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar

menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Menurut Philip Kotler (2019: 162), bahwa “Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian dan konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.” Menurut Ricky W. Griffin dan Ronaldo J. Ebert (2019: 166), “produk adalah paket nilai yang menyediakan manfaat-manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.”

Menurut M. Nur Rianto (2020: 74), “Pengertian sempit dari produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam bentuk yang serupa dan telah dikenal, sedangkan pengertian luas produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, *prestise*, dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.”

2.3.2 Kualitas Produk

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer kualitas produk adalah tingkat baik atau buruknya sesuatu. Menurut M. Suyanto (2017: 110), bahwa “kualitas adalah seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.”

Menurut Deming (2020: 3), bahwa “kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen, perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.”

Menurut Garvin dan Davis (2019: 34), bahwa “kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.”

² Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer kualitas produk adalah tingkat baik atau buruknya sesuatu. Menurut M Suyanto (2017: 110), bahwa kualitas adalah seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.

Menurut Deming kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen, perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Menurut Garvin dan Davis (2019: 128), bahwa “Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan dibeli tambahan. Sementara menurut Tjiptono (2017), bahwa “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide. Produk didefinisikan juga sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler (2019), produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian dan konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Menurut Ricky W.Griffin dan Ronaldo J.Ebert (2019:203), produk adalah paket nilai yang menyediakan manfaat-manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut M. Nur Rianto (2020:266),² Pengertian sempit dari produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam bentuk yang serupa dan telah dikenal, sedangkan pengertian luas produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise, dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.

2.3.3 Tingkatan Produk

Menurut M. Nur Rianto (2020:153),² bahwa usaha untuk merencanakan produk yang ditawarkan ke pasar, dimana perencanaan produk harus berfikir secara mendalam dengan memahami lima tingkatan produk, sehingga tiap-tiap tingkat mampu menambah lebih banyak nilai pelanggan diantaranya yaitu:

- a. Produk utama/inti (*Core Benefit*) adalah produk yang sesungguhnya dibeli konsumen karena memiliki manfaat utama atau sesungguhnya.
- b. Produk dasar (*Basic Product*) adalah produk yang tidak mencerminkan versi dasar (fungsional) dari suatu produk.
- c. Produk yang diharapkan (*Expected Product*) adalah suatu kumpulan atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui pelanggan ketika mereka membeli produk tersebut.
- d. Produk yang ditingkatkan atau produk tambahan adalah pelayanan tambahan yang diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan dan bahkan mampu melampaui harapan mereka, sehingga mampumembedakan penawaran perusahaan dengan penawaran perusahaan pesaing.

2.3.4 Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu barang dan jasa. Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan ruma tangga), bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumen dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu *convenience goods*,

shopping goods, specialty goods, dan unsought goods. Klasifikasi ini didasarkan pada kebiasaan konsumen dalam berbelanja (Berkowitz, et al., 2019), yang dicerminkan dalam tiga aspek berikut (a) usaha yang dilakukan konsumen untuk sampai pada suatu keputusan pembelian, (b) atribut-atribut yang digunakan konsumen dalam pembelian, dan (c) frekuensi pembelian.

a. *Convenience Goods*

Convenience goods merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya. Contohnya antara lain rokok, sabun, pasta gigi, baterai, permen, dan surat kabar. *Convenience goods* sendiri masih dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu *staples, impulse goods, dan emergency goods*.

1. *Staples* adalah barang yang dibeli konsumen secara regular atau rutin, misalnya 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 barang-barang yang dalam proses pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternative yang tersedia. Kriteria perbandingan tersebut meliputi harga, kualitas, dan model masing-masing barang. Contohnya alat-alat rumah tangga, pakaian, dan furniture. *Shopping goods* terdiri atas dua jenis, yaitu *homogeneous shopping goods* dan *heterogeneous shopping goods*.

1. *Homogeneous shopping goods* merupakan barang-barang yang oleh konsumen dianggap serupa dalam kualitas tetapi cukup berbeda dalam harga. Dengan demikian konsumen berusaha mencari harga yang termurah dengan cara membandingkan harga di satu toko dengan toko lainnya. Contohnya adalah tape recorder, TV dan mesin cuci.
2. *Heterogeneous shopping goods* adalah barang-barang yang aspek karakteristik atau ciri-cirinya (*features*) dianggap lebih penting oleh konsumen daripada aspek harganya. Dengan kata lain, konsumen mempersepsikannya berbeda dalam hal kualitas dan atribut. Contohnya perlengkapan rumah tangga, mebel, dan pakaian.

2.3.5 Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2017: 96), bahwa terdapat beberapa indikator kualitas produk, yaitu sebagai berikut:

1. Produk Harapan (*expected product*)
Yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
2. Produk utama/inti (*core benefit*)
Yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk. Dalam usaha pakaian, manfaat utama yang dibeli para konsumen adalah kualitas bahan baku, memiliki bahan yang nyaman untuk dipakai.
3. Produk generik
Yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).
4. Produk pelengkap (*augmented product*)
Yakni berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan varian produk, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.
5. Produk potensial
Yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang

2.4 Penelitian Terdahulu

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

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	M Barry Ekaputra (2019)	Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk di Pocket 22 Tasikmalaya	Metode yang digunakan adalah metode metode survey. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, kuesioner, dan sastra. Teknik sampling yang digunakan convenience sampling	Berdasarkan hasil penelitian diketahui desain produk, desain proses dan kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya termasuk dalam klasifikasi baik, serta desain produk dan proses desain memiliki efek simultan pada kualitas produk Pocket 22 Tasikmalaya, tapi salah satu variabel x desain produk ini tidak berpengaruh parsial terhadap kualitas produk. Saran untuk Pocket 22 adalah harus selalu memperhatikan dan terus

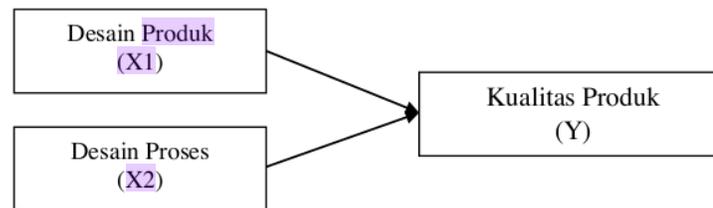
			7 dengan jumlah sampel 60 responden untuk mewakili customer Pocket Tasikmalaya. Teknik analisis data menggunakan	7 mengembangkan desain dan pembuatan proses desain dan proses manufaktur produk, terutama ketika setiap pelanggan mulai bosan dengan desain yang sudah ada. Sehingga kualitas produk tetap terjaga dengan baik.
2.	Jassela Handayani (2020)	85 Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods	47 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.	18 Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu Bebbi Shoes. Keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bebbi Shoes. Ini diartikan ketika seseorang memutuskan membeli produk barang atau jasa, maka hal yang terakhir ketika sudah melakukan pembelian adalah perilaku pasca pembelian. Ini akhirnya, terjadi untuk menentukan apakah konsumen tersebut merasakan puas atau tidak atas produk barang atau jasa yang dibeli. Desain produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa desain produk mempunyai pengaruh langsung pada kepuasan konsumen.
3.	Danik Istifani (2022)	8 Pengaruh Desain Produk dan promosi Terhadap keputusan pembelian pada Cathay Digital	8 Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah	8 Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Desain Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), sedangkan Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial

		Surabaya	8 pelanggan dari CATHAY Digital Surabaya sedangkan sampel berjumlah 100 responden yang melibatkan pengujian analisis hipotesis statistik.	8 terhadap keputusan Pembelian (Y), lalu secara simultan desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).
--	--	----------	--	--

Sumber: Diolah peneliti 2024

71 2.5 Kerangka Berpikir

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



Sumber: diolah Peneliti (2024)

49
Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar di atas, maka dapat diketahui bahwa UD. Meto berupaya untuk meningkatkan Kualitas Produk (Y) yang dihasilkan agar harapan dan kepuasan konsumen terwujud. Dalam upaya meningkatkan Kualitas Produk (Y) yang dihasilkan oleh UD. Meto, pemilik usaha merancang Desain Produk (X1) yang diinginkan oleh pelanggan atau konsumen seperti model perabot yang sedang *tren* saat sekarang ini seperti 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 ³⁸ Hipotesis

Menurut Suryabrata (2017: 21), bahwa Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris”. Penerimaan hipotesis terhadap fakta-fakta yang dikumpulkan berdasarkan permasalahan dan asumsi tersebut, ⁵¹ maka hipotesis dalam penulisan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : ¹ Ada Pengaruh Desain Produk Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat
- H2 : ¹ Ada Pengaruh Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di Kabupaten Nias Barat
- H3 : ¹ Ada Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Metro di ⁴⁵ Kabupaten Nias Barat

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian dapat diklasifikasikan dalam berbagai sudut pandang. Dapat dilihat dari sudut pandang jenis dan analisis data, berdasarkan tujuannya, berdasarkan metode, berdasarkan tingkat explansi, dan pendekatannya.

Berikut adalah jenis-jenis penelitian menurut Sugiyono (2019:9), yaitu:

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

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

Menurut Moleong (2018:6) pendekatan penelitian merupakan secara keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai 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 pendapat di atas maka jenis pendekatan kuantitatif pada penelitian peneliti ini adalah dengan pendekatan deskriptif.

101 3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Keseluruhan dari jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya disebut dengan Populasi.

Menurut Umar (2018: 77), bahwa “populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

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

3.2.2 Sampel

Bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian disebut dengan Sample. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel yang diambil dari populasi itu.

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

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

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk menungkap atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Berikut ini ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang biasa digunakan menurut Sujarweni, V. W. (2021:28) sebagai berikut:

a. Tes

Data dalam penelitian dibagi menjadi 3 yaitu fakta, pendapat dan kemampuan. Tes digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya serta besarnya kemampuan objek yang kita teliti. Tes dapat digunakan untuk mengukur kemampuan dasar maupun pencapaian misalnya tes IQ, minat, bakat khusus, dan lain sebagainya.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar mendapatkan data yang valid dan detail.

c. Observasi

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

d. Kuisioner atau Angket (*Quesionaire*)

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab.

e. Survey (*survei*)

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

f. Analisis Dokumen

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

g. Dokumentasi

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

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

Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, yaitu mengajukan pertanyaan langsung kepada responden mengenai variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan. Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019:62).

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

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

3.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat

diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data merupakan syarat mutlak bagi setiap penilaian yang berguna untuk menguji kebenaran yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk menganalisis data yang telah diperoleh maka ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang menunjukkan tingkat keandalan atau tingkat kesahihan suatu alat ukur. Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid sehingga valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dari pengertian di atas valid itu berarti mengukur apa yang diukur (ketepatan). Teknik analisis data yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 26 untuk mencari uji validitas data.

Menurut Arikunto (2018: 146), apabila hasil korelasi item dengan total item satu faktor didapat signifikansi (s) < 0,05 maka dikatakan signifikan dan butir-butir tersebut dianggap valid untuk taraf signifikan sebesar 5%. t_{tabel} untuk $degree\ of\ freedom\ (df) = n - k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk.

3.4.2 Uji Reliabilitas

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

Uji realibilitas untuk alternatif jawabannya lebih dari dua akan menggunakan uji *coranbach Alpha* menurut Ghozali (2016:133), mengatakan “jika nilai *Croanbach Alpha* > 0,60 maka instrumen penelitian *realible*, jika nilai *Croanbach Alpha* < 0,60 maka instrumen penelitian tidak *realible*.

3.4.3 Regresi Linear Sederhana ⁶¹

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

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

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

3.4.4 Koefisien Korelasi ²²

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

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

0,00 – 0,399 Tingkat hubungan sangat lemah

0,20 – 0,399 Tingkat hubungan lemah

0,40 – 0,599 Tingkat hubungan cukup

0,60 – 0,799 Tingkat hubungan kuat

0,80 – 1,00 Tingkat hubungan sangat kuat

3.4.5 Koefisien Deteminasi

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

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

123

3.4.6 Uji Hipotesis (Uji T)

16

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

27

Pengujian secara parsial atau uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau secara individual, dan dapat pula digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas yang paling dominan. Secara teknis pengujiannya dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel pada taraf signifikan $\alpha=0,5$.

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

63

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

3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.5.1 Lokasi Penelitian

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

120

3.3.2 Jadwal Penelitian

32

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

40

Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

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

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Penyajian data dilakukan secara deskriptif bertujuan untuk melihat lebih jauh data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Data deskriptif ini dapat menggambarkan kondisi dan keadaan tempat penelitian serta kondisi responden yang mana nantinya data ini bisa digunakan untuk lebih memahami hasil penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti langsung ke objek penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket yang telah disiapkan dan didarkan kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah Manager dan Karyawan UD. Meto sebanyak 5 orang dan pelanggan sebanyak 25 orang sehingga populasi berjumlah sebanyak 30 orang.

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

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

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

4.1.2 Karakteristik Responden

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

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

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

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

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Usia

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

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

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

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Pendidikan

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

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

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

4.2 Verifikasi Data

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

4.2.1 Distribusi Data Variabel

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

Tabel 4.4
Distribusi Data

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

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

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

1. Desai Produk

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

2. Desain proses

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

3. Kualitas produk

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

70 4.3 Hasil Penelitian

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

53 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:

76 Tabel 4.5
Hasil Total Skor Angket Pa50 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

4 Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

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

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

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel X1

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

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

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

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuisioner. Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan mampu untuk mengukur apa yang diukur. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan nilai antara dengan. Jika $>$ maka pernyataan serta indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid. Sedangkan jika $<$ maka dapat dipastikan pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dianggap tidak valid.

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

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

Tabel 4.7
Hasil Total Skor Angket Pada Variabel X2

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

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

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

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

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel X2

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

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

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

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

76 Tabel 4.9
 Hasil Total Skor Angket Pada Variabel Y

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

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

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

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

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Butir Soal Variabel Y

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

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

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

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

Tabel 4.11
Hasil Dari Uji Reliabilitas

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

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

Dari tabel 4.11 dapat diketahui hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai Cronbach-alpha yaitu 0,60, jadi semuanya dapat

dikatakan reliabel atau instrumen dapat dipercaya dan dapat dilanjutkan untuk penelitian lebih lanjut.

6.1 Uji Hipotesis

6.1.1 Uji t (secara parsial)

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

Tabel 4.12
Uji Hipotesis Secara Parsial

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

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

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

1. T-statistik sebesar 0.422 menunjukkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. P-value (Sig.) sebesar 0.005 lebih kecil dari α (0.05), sehingga kita dapat menolak hipotesis nol bahwa Desain Produk tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
2. T-statistik sebesar 0.021 menunjukkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. P-value (Sig.) sebesar 0.002 lebih kecil dari α (0.05), sehingga kita dapat menolak hipotesis nol bahwa Desain Proses tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Analisis ini memberikan gambaran tentang seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel

dependen secara individual. Dalam konteks ini, Desain Produk terbukti memiliki pengaruh yang signifikan, sementara Desain Proses tidak memiliki pengaruh signifikan pada tingkat signifikansi tertentu.

6.1.2 Uji F (secara simultan)

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

Tabel 4.13
Uji Hipotesis Secara Simultan

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

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

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

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

6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen berdasarkan kontribusi variabel independen. Berikut adalah hasil output SPSS untuk analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linear Berganda

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

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

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

1. *Intercept*:

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

2. Desain Produk:

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

3. Desain Proses:

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

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

4.6 Koefisien Determinasi

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

Tabel 4.15
Uji Korelasi dan Determinasi

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

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

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

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

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

4.7 Analisa Hasil Penelitian

4.7.1 Hasil Distribusi Data

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

1. Skor Desain Produk memiliki variasi antara 17 hingga 36, dengan rata-rata sekitar 29,13 dan deviasi standar sebesar 3,937. Hal ini mengindikasikan tingkat variasi dan sebaran skor Desain Produk dari responden.
2. Hasil data pada Desain Proses menunjukkan variasi antara 17 hingga 35, dengan rata-rata sekitar 29.20 dan deviasi standar sebesar 3.614.

3. Data mengenai Kualitas Produk menunjukkan variasi skor antara 20 hingga 43, dengan rata-rata sekitar 36.30 dan deviasi standar sebesar 4.669.

4.7.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

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

Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai *Cronbach-alpha* yaitu 0.60, jadi semuanya dapat dikatakan reliabel atau instrumen dapat dipercaya dan dapat dilanjutkan untuk penelitian lebih lanjut.

4.7.3 Hasil Uji Hipotesis

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

3. Analisis ini dilakukan untuk menguji apakah Desain Produk dan Desain Proses memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap Kualitas Produk. Hasil F-Statistic sebesar 37.769 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. P-value (Sig.) sebesar 0.000 lebih kecil dari α (0.05), sehingga hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh bersama-sama dari kedua variabel terhadap Kualitas Produk dapat diterima yang artinya Desain Produk dan Desain Proses secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.

4.8 Pembahasan

4.8.1 Interpretasi Analisis Regresi

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

Dengan memahami sejauh mana kedua variabel independen ini berkontribusi, UD. Meto merumuskan strategi yang lebih tepat 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 penggunanya. Ini mencakup bagaimana produk tersebut bekerja dan seberapa baik produk tersebut menjalankan fungsinya. **133** 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 estetis dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan persepsi kualitas dari produk tersebut.

5. Inovasi dan Diferensial

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

6. Keselamatan dan Kesehatan

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

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

Selanjutnya, pengaruh desain produk terhadap kualitas produk pada UD. Meto dapat diketahui bahwa desain proses adalah salah satu elemen penting dalam manufaktur yang berpengaruh langsung terhadap kualitas produk akhir. Desain proses mencakup perencanaan dan pengorganisasian seluruh langkah yang diperlukan untuk menghasilkan

suatu produk, ²⁹ 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, ⁶⁶ 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 ¹³⁴ 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 bahan baku yang tepat. ¹⁴ Kualitas bahan baku yang digunakan akan sangat mempengaruhi kualitas produk akhir. Oleh karena itu, proses seleksi bahan baku harus dilakukan dengan cermat, mempertimbangkan faktor-faktor seperti keawetan, kekuatan, dan kesesuaian dengan spesifikasi produk. Misalnya, dalam produksi makanan, pemilihan bahan baku kayu berkualitas tinggi akan menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan tahan lama.

6. Pelatihan dan Keterampilan Tenaga Kerja

Kualitas produk juga dipengaruhi oleh keterampilan dan pengetahuan ¹²⁴ 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.

132 Lingkungan kerja yang bersih, aman, dan sehat akan meningkatkan produktivitas dan moral pekerja, yang pada gilirannya dapat 128 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

135 Secara keseluruhan, desain proses yang baik adalah kunci untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi. Dengan 135 merencanakan dan mengorganisasikan setiap tahap produksi secara efisien, menerapkan kontrol kualitas yang ketat, memanfaatkan teknologi canggih, dan memperhatikan faktor-faktor manusia serta lingkungan, 66 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

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

1. T-statistik sebesar 3,058 90 menunjukkan bahwa Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. P-value (Sig.) sebesar 0.005 lebih kecil dari α (0.05), sehingga hipotesis (H01) 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

62 Hasil penelitian di atas sejalan dengan pendapat Danik Istifani (2022) yang menyatakan 8 Desain Produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), sedangkan Promosi (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian (Y), lalu secara simultan desain Produk (X1) dan promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y).

Dengan demikian, dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa

Desain Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas produk (Y), sehingga dari pembahasan di atas maka hipotesis pada variabel X1) diterima.

2. T-statistik sebesar 3,413 menunjukkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0.05. P-value (Sig.) sebesar 0.002 lebih kecil dari α (0.05), sehingga hipotesis nol (H02) yang menyatakan ada pengaruh Desain Proses terhadap Kualitas Proses dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Desain Proses memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Produk pada UD. Meto.

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

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

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

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

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

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

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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

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

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

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

14
5.2

Saran

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

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

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

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

DAFTAR PUSTAKA

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

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

Lampiran I

KUESIONER

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

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

Informasi Umum

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

42
A. DESAIN PRODUK (X)

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

B. DESAIN PROSES (X2)

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

2

C. KUALITAS PRODUK (Y)

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

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

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN PADA UD. METO





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

ORIGINALITY REPORT

57%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repositori.unsil.ac.id Internet	1903 words — 12%
2	repositori.uin-suska.ac.id Internet	1311 words — 8%
3	repositori.uir.ac.id Internet	734 words — 5%
4	karya.brin.go.id Internet	287 words — 2%
5	repositori.um-palembang.ac.id Internet	243 words — 2%
6	journal.arimbi.or.id Internet	240 words — 2%
7	www.e-jurnal.com Internet	219 words — 1%
8	repositori.stiamak.ac.id Internet	214 words — 1%
9	idr.uin-antasari.ac.id Internet	138 words — 1%

10	makalahnih.blogspot.com Internet	138 words — 1%
11	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	124 words — 1%
12	eprints.poltektegal.ac.id Internet	124 words — 1%
13	j-innovative.org Internet	109 words — 1%
14	repository.ub.ac.id Internet	91 words — 1%
15	docplayer.info Internet	89 words — 1%
16	eprints.radenfatah.ac.id Internet	88 words — 1%
17	repository.ubharajaya.ac.id Internet	86 words — 1%
18	journal.perbanas.ac.id Internet	85 words — 1%
19	repository.stieipwija.ac.id Internet	80 words — 1%
20	jurnal.peko.uniba-bpn.ac.id Internet	76 words — < 1%
21	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet	72 words — < 1%

22	repositori.usu.ac.id Internet	68 words — < 1%
23	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	66 words — < 1%
24	repositori.buddhidharma.ac.id Internet	63 words — < 1%
25	etheses.iainponorogo.ac.id Internet	60 words — < 1%
26	123dok.com Internet	59 words — < 1%
27	repository.uinbanten.ac.id Internet	57 words — < 1%
28	Siti Rohayati, Ahmad Jubaidi, Salasiah Salasiah. "Tinjauan Tentang Kualitas Pelayanan di Masa Pandemi Covid 19 Pada Puskesmas Loa Duri Iilir Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara", PREDIKSI : Jurnal Administrasi dan Kebijakan, 2022 Crossref	56 words — < 1%
29	repository.unib.ac.id Internet	52 words — < 1%
30	text-id.123dok.com Internet	52 words — < 1%
31	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet	49 words — < 1%
32	id.scribd.com Internet	45 words — < 1%

33	lib.unnes.ac.id Internet	44 words — < 1%
34	digilib.uinkhas.ac.id Internet	42 words — < 1%
35	core.ac.uk Internet	41 words — < 1%
36	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet	40 words — < 1%
37	ejournal.stiepembnas.ac.id Internet	40 words — < 1%
38	id.123dok.com Internet	40 words — < 1%
39	repository.usd.ac.id Internet	40 words — < 1%
40	repository.umsu.ac.id Internet	39 words — < 1%
41	repository.upi.edu Internet	39 words — < 1%
42	repository.uinsu.ac.id Internet	36 words — < 1%
43	simakterus.com Internet	33 words — < 1%
44	etheses.uin-malang.ac.id Internet	32 words — < 1%

45	Internet	32 words — < 1%
46	repository.upstegal.ac.id Internet	31 words — < 1%
47	eprints.unmas.ac.id Internet	30 words — < 1%
48	eprints.walisongo.ac.id Internet	30 words — < 1%
49	repository.radenintan.ac.id Internet	30 words — < 1%
50	www.researchgate.net Internet	29 words — < 1%
51	ejournal.unsrat.ac.id Internet	28 words — < 1%
52	Ahmad Sidieq Mubaroq. "Riset produk baru Lobster Lada Merah Putih Ala Asmuri Café Resto", Open Science Framework, 2022 Publications	27 words — < 1%
53	adoc.tips Internet	27 words — < 1%
54	eprints.uns.ac.id Internet	27 words — < 1%
55	repo.darmajaya.ac.id Internet	27 words — < 1%
56	journal-nusantara.com Internet	26 words — < 1%

57	repo.undiksha.ac.id Internet	26 words — < 1%
58	Gita Fadillah Ramadhani, Joni Hendra, Tatik Amani. "PENGARUH INFLASI DAN SUKU BUNGA TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2019", JUMAD : Journal Management, Accounting, & Digital Business, 2023 Crossref	25 words — < 1%
59	repository-feb.unpak.ac.id Internet	25 words — < 1%
60	ejournal.sisfokomtek.org Internet	24 words — < 1%
61	eprints.binadarma.ac.id Internet	24 words — < 1%
62	ppjp.ulm.ac.id Internet	24 words — < 1%
63	repository.upbatam.ac.id Internet	24 words — < 1%
64	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet	23 words — < 1%
65	fr.scribd.com Internet	22 words — < 1%
66	www.hashmicro.com Internet	22 words — < 1%
67	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet	21 words — < 1%

68	repository.stitpemalang.ac.id Internet	20 words — < 1%
69	repository.unsri.ac.id Internet	20 words — < 1%
70	information4lecture.blogspot.com Internet	18 words — < 1%
71	repositori.uma.ac.id Internet	18 words — < 1%
72	M. SONDY HIDAYAT, CHORİYAH CHOIRIYAH. "PENGARUH KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH, LINGKUNGAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA GURU SMP NEGERI DI KOTA PALEMBANG", JURNAL NASIONAL MANAJEMEN PEMASARAN & SDM, 2024 Crossref	17 words — < 1%
73	journal.stieamkop.ac.id Internet	17 words — < 1%
74	www.slideshare.net Internet	17 words — < 1%
75	KALCUM PATIRO, TRI OLDY ROTINSULUU, GEORGE M.V. KAWUNG. "ANALISIS PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN INTERN PEMERINTAH (SPIP), PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN PENGAWASAN KEUANGAN DAERAH TERHADAP NILAI INFORMASI LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH KOTA BITUNG", JURNAL PEMBANGUNAN EKONOMI DAN KEUANGAN DAERAH, 2019 Crossref	16 words — < 1%
76	ORSINIL HARFIAN ZEGA. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN	16 words — < 1%

LISTRİK PRABAYAR DI KECAMATAN GUNUNGSITOLI UTARA
KOTA GUNUNGSITOLI", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi,
Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023

Crossref

77 rekayasainfrastruktur.unwir.ac.id 16 words — < 1%
Internet

78 Yuliana. "ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN ANYAMAN BIDAI KERAJINAN TANGAN MASYARAKAT DESA JAGOI KECAMATAN JAGOI BABANG KABUPATEN BENGKAYANG", Business, Economics and Entrepreneurship, 2021
Crossref

79 adoc.pub 15 words — < 1%
Internet

80 eprints.umk.ac.id 15 words — < 1%
Internet

81 Adilla Juita Siska, Evan Jonea. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Tri", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2020
Crossref

82 Davia Sri Astuti, Mohamad Lutfi. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020
Crossref

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

84	www.univ-tridianti.ac.id Internet	14 words — < 1%
85	etheses.uinmataram.ac.id Internet	13 words — < 1%
86	issuu.com Internet	13 words — < 1%
87	repository.unja.ac.id Internet	13 words — < 1%
88	repository.ut.ac.id Internet	13 words — < 1%
89	Putri Rindiasari Rindiasari, Hidayat, Yuliani, Wahyu Hidayat, Wiwin Yuliani. "UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET KEPERCAYAAN DIRI", FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan), 2021 Crossref	12 words — < 1%
90	ejournal.unesa.ac.id Internet	12 words — < 1%
91	eprints.pancabudi.ac.id Internet	12 words — < 1%
92	repository.iainpalopo.ac.id Internet	12 words — < 1%
93	repository.unmul.ac.id Internet	12 words — < 1%
94	repository.usu.ac.id Internet	12 words — < 1%

95	eprints.ums.ac.id Internet	11 words — < 1%
96	eprints.untirta.ac.id Internet	11 words — < 1%
97	pt.scribd.com Internet	11 words — < 1%
98	repository.its.ac.id Internet	11 words — < 1%
99	repository.uinsaizu.ac.id Internet	11 words — < 1%
100	Dimas Bima Wijayanto, Muinah Fadhilah, Putri Dwi Cahyani. "Pengaruh Product Quality, Product Design, dan Celebrity Endorsment terhadap Purchase Decision Motor Matic Honda Vario 150cc di Yogyakarta", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022 Crossref	10 words — < 1%
101	Herlina Novita, Alex Candra Situmorang. "Pengaruh Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio dan Inventory Turnover terhadap Harga Saham pada Perusahaan Consumer Goods Industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia", Owner, 2020 Crossref	10 words — < 1%
102	Indah Dwi Agustin, Fityan Izza Noor Abidin. "Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19", Innovative Technologica: Methodical Research Journal, 2024 Crossref	10 words — < 1%

103	Muhammad Dede Septiadi, Luis Marnisah, Susi Handayani. "Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan PT Brawijaya Utama Palembang", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2020 Crossref	10 words — < 1%
104	dspace.uii.ac.id Internet	10 words — < 1%
105	eprints.poltekkesjogja.ac.id Internet	10 words — < 1%
106	moam.info Internet	10 words — < 1%
107	repository.isi-ska.ac.id Internet	10 words — < 1%
108	repository.uki.ac.id Internet	10 words — < 1%
109	www.syekhnurjati.ac.id Internet	10 words — < 1%
110	Tengku Erwinsyahbana. "UPAYA MEMINIMALISIR INDIKASI KRIMINALISASI PRILAKU NGELEM ANAK JALANAN DI KOTA MEDAN", INA-Rxiv, 2018 Publications	9 words — < 1%
111	digilib.unila.ac.id Internet	9 words — < 1%
112	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	9 words — < 1%
113	docshare.tips Internet	9 words — < 1%

114	e-journal.iainptk.ac.id Internet	9 words — < 1%
115	eprints.unisnu.ac.id Internet	9 words — < 1%
116	erepository.uwks.ac.id Internet	9 words — < 1%
117	johannessimatupang.wordpress.com Internet	9 words — < 1%
118	repositori.ukdc.ac.id Internet	9 words — < 1%
119	repository.unej.ac.id Internet	9 words — < 1%
120	www.bappedaniasbaratkab.org Internet	9 words — < 1%
121	www.pengertianilmu.com Internet	9 words — < 1%
122	www.scribd.com Internet	9 words — < 1%
123	Amalia Rona Hamzah. "Pengaruh CR dan EPS terhadap Harga Saham pada Perusahaan Farmasi di BEI Periode 2015-2018", Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi), 2020 Crossref	8 words — < 1%
124	Ayu Dwi Lestari. "PENGARUH MODAL KERJA DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN	8 words — < 1%

USAHAMIKRO KECIL MENENGAH REBANA DI KECAMATAN
BUNGAH KABUPATEN GRESIK", MANAJERIAL, 2018

Crossref

125 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%

126 Risma Wati Dewi, Atika Jauhari Hatta, Frasto Biyanto. "Dampak Efek Pengamat, Sistem Whistleblowing, Asimetri Informasi, dan Tekanan Finansial pada Terjadinya Kecurangan dalam Laporan Keuangan", Journal of Culture Accounting and Auditing, 2023

Crossref

8 words — < 1%

127 eprint-sendratasik, Abrilia Dwi Alfianingrum. "BENTUK PERTUNJUKAN KESENIAN BARONGAN WAHYU BUDAYA DI DUKUH KARANG REJO DESA LORAM KULON KECAMATAN JATI KABUPATEN KUDUS", INA-Rxiv, 2017

Publications

8 words — < 1%

128 jurnal.umsb.ac.id

Internet

8 words — < 1%

129 lib.um.ac.id

Internet

8 words — < 1%

130 repository.ar-raniry.ac.id

Internet

8 words — < 1%

131 repository.ptiq.ac.id

Internet

8 words — < 1%

132 repository.uhn.ac.id

Internet

8 words — < 1%

133 repository.unpas.ac.id
Internet

8 words — < 1%

134 www.balibajaringan.com
Internet

8 words — < 1%

135 www.blogarama.com
Internet

8 words — < 1%

136 www.igjepara.com
Internet

8 words — < 1%

137 Imron Imron. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang", Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 2019
Crossref

7 words — < 1%

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

7 words — < 1%

139 Randa Syahbudin, Tinneke M. Tumbel, Anneke Punuindoong. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani", Productivity, 2023
Crossref

7 words — < 1%

140 almiyasi.blogspot.com
Internet

7 words — < 1%

141 docobook.com
Internet

7 words — < 1%

142 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

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

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF