

# Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang

Rusmianita<sup>1)</sup>, Roswaty<sup>2)</sup>, Emilda<sup>3)</sup>

<sup>1), 2), 3)</sup>Manajemen, Universitas Indo Global Mandiri, Kota Palembang  
Email: rusmianita911@yahoo.com<sup>1)</sup>, rosваты@uigm.ac.id<sup>2)</sup>, emilda@uigm.ac.id<sup>3)</sup>

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of price, product quality and product design on purchasing decisions. Using quantitative analysis techniques using SPSS 25. The population in this study were all consumers who bought jumputan fabric at Cahaya Jumputan Production House, Tuan Kentang Palembang, namely 486 consumers for one year. The number of samples taken is at least 5 times the number of indicators used in the study. In this study there were 23 question items, so the minimum sample size needed was  $23 \times 5 = 115$  samples, data analysis using SPSS 25. The results of this study concluded that the price variable had a positive and significant effect on purchasing decisions as evidenced by the Sig value of  $0.000 < 0.05$ , Product quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with a Sig value of  $0.004 < 0.05$ , product design variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with a Sig value of  $0.000 < 0.05$ , price variables, product quality and product design simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions with a Sig value of  $0.000 < 0.05$ . The results of testing the correlation coefficient (R) obtained a value of 0.563. this shows that the level of relationship between the price, product quality and product design variables on purchasing decisions is moderate (56.3%) and the results of the study using the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) test obtained a value of 0.316. This shows the magnitude of the contribution between the price, product quality and product design variables can explain the purchasing decision variable by 31.6%, the remaining 68.4% can be explained or influenced by other variables not included in this study.*

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

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian. Menggunakan teknik analisis kuantitatif menggunakan alat bantu SPSS 25. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli kain jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang yaitu sebanyak 486 konsumen selama satu tahun. Jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah indikator yang dipergunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 23 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah  $23 \times 5 = 115$  sampel, analisis data menggunakan alat bantu SPSS 25 Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig sebesar  $0,004 < 0,05$ , Variabel desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , Variabel harga, kualitas produk dan desain produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil pengujian koefisien korelasi (R) diperoleh nilai sebesar 0,563. hal ini menunjukkan besarnya tingkat hubungan antara variabel harga, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian adalah sedang (56,3%) dan hasil penelitian dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) diperoleh nilai sebesar 0,316. Hal ini menunjukkan besarnya kontribusi antara variabel harga, kualitas produk dan desain produk bisa menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 31,6% , sisanya sebesar 68,4% bisa dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian

## 1. Pendahuluan

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pemasaran sebagai pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan pelaku usaha dapat tercapai. Pemasaran menjadi penting bagi pelaku usaha pada saat dihadapkan pada beberapa tantangan dan tuntutan dalam mengelola usaha,

seperti menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga mengakibatkan melambatnya pertumbuhan usaha. Setiap pelaku usaha mempunyai tujuan untuk berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/laba usaha. Konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian

mempertimbangkan apakah produk tersebut memiliki kualitas dan desain yang baik atau tidak dan lain sebagainya.

Kain Jumputan adalah salah satu kain khas Palembang. Kain Jumputan merupakan kain berwarna putih yang lalu di ikat dan celup menggunakan pewarna alami dengan menghasilkan motif dengan kain polos. Motif kain jumputan biasanya memenuhi seluruh bahan. Setiap daerah memiliki motif tersendiri yang menjadi ciri khas dan membedakan kain jumputan antara satu daerah dengan daerah lainnya. Terkhusus daerah Palembang kain jumputan sering dikenal dengan sebutan kain pelangi bervariasi dan menarik di lihat, motif kain jumputan Palembang terdiri dari berbagai macam motif salah satu yang terkenal yaitu motif bintik tujuh, bintik lima, bintik Sembilan. Bukan hanya itu saja masih ada lagi motif kain jumputan hasil buatan pengerajin kain jumputan Palembang yaitu motif kembang tabur, motif kerak mutung, motif percikan lilin serta motif kembang janur. Cara mengenali jumputan khas Palembang ini sendiri dengan cara yakni bentuk, motif dan warna. Pusat pengrajin dan produksi kain jumputan berada di jalan Aiptu A Wahab kelurahan Tuan Kentang Kecamatan Seberang Ulu I Palembang.

Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli (Kotler & Keller, 2016).

Fenomena keputusan pembelian yang ada di Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang terlihat dari jumlah pembelian kain jumputan dalam 1 bulan hanya berkisar dari 30 sampai dengan 40 transaksi, hal ini disebabkan karena saat ini juga sudah banyak beredar kain jumputan yang menggunakan bahan - bahan yang lebih murah sehingga harga jauh lebih murah. Hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli kain Jumputan Tuan Kentang Palembang. Selain itu keadaan dilapangan menunjukkan bahwa pemasaran kain jumputan saat ini belum cukup memadai dimana pemasaran yang dilakukan oleh anak dari pemilik usaha sendiri tanpa menggunakan karyawan yang ahli dibidang marketing. Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang mempunyai prospek perkembangan usaha yang bisa dikatakan belum relative stabil, walaupun sudah ada strategi tertentu sehingga bisa mencapai hal tersebut, baik dari harga, desain, kualitas, layanan atau hal lain sehingga pembeli memutuskan untuk memilih membeli kain jumputan di Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang, harga kain jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang cukup bervariasi mulai dari seratus lima puluh ribu rupiah hingga tiga ratus lima puluh ribu rupiah. Untuk kualitas, produk kain jumputan itu memiliki bahan taisil kaca,

taisil minyak, moscraf, ceruti, piskos, dolbi, serat jeruk, serat jagung, dan velvet. Sedangkan desain produk kain jumputan mempunyai motif seperti titik tujuh, titik lima, titik sembilan, kembang tabur keong, kelereng, pola, kerak mutung dan percik lilin yang terkesan sangat indah jika digunakan oleh konsumen.

Salah satu alasan peneliti tertarik melakukan penelitian ini dikarekan adanya fenomena terkait keputusan pembelian yang ada di Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang, hal ini diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain harga, kualitas produk serta desain produk yang ada di Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang. Berdasarkan penjelasan permasalahan di atas, peneliti mengambil judul "*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang*".

## **2. Landasan Teori**

### **2.1 Harga**

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Irwan & Basu, 2003). Sedangkan pengertian lainnya, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu (Kotler & Keller, 2016). Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

### **2.2 Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi- fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan dan ketelitian yang dihandal (Kotler & Keller, 2016). Sedangkan pengertian lainnya, kualitas produk adalah faktor-faktor yang terkandung dalam sebuah barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil yang cocok dengan tujuan barang yang diproduksi (Arumsari, 2012). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk yang mampu memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **2.3 Desain Produk**

Desain produk adalah bagian dari proses dan pengembangan dalam system yang terintegrasi dengan banyak bidang keilmuan yang lain. Pada proses desain berkontribusi dalam styling, menciptakan bentuk serta perasaan yang ditimbulkan oleh produk dalam interaksinya dengan user. Pada proses pengembangan development, hasil dari komunikasi dan koordinasi untuk membuat, mencoba, memodifikasi dan

mematangkan desain hingga benar-benar siap untuk diluncurkan (Hanif, 2013).

## 2.4 Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan merupakan suatu tindakan para konsumen setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses yang kompleks karena di dalamnya terdapat kegiatan seseorang untuk membuat keputusan dari dua pilihan atau lebih serta menganalisis produk dari berbagai unsur dan pengetahuan konsumennya. Menurut (Assauri, 1996) keputusan pembelian adalah Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

Konsumen membeli sebuah produk bukan semata-mata karena mengejar manfaat fungsionalnya, namun lebih dari itu juga mencari makna tertentu (seperti citra diri, gengsi, bahkan kepribadian). Hal tersebut berarti keputusan pembelian suatu konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor yang membedakan satu dengan yang lainnya.

Seperti yang telah dikemukakan oleh Bukhari dalam (Rahayu, 2017) keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical, evadance, people dan process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Adapun menurut (Kotler & Keller, 2016) "*In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice and may also form an intention to buy the most preferred brand*". Artinya bahwa konsumen membentuk preferensi diantara merek yang dipilih dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang disukai.

Menurut pengertian yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli setelah menerima rangsangan, kemudian menimbulkan respon untuk melakukan tindakan pembelian pada suatu produk atau merek sesuai pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen.

## 2.5 Hipotesis

### 2.5.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Harga barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar. Konsumen memutuskan membeli suatu produk dari manfaat yang dirasakan apakah lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

H1 : *Diduga ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang.*

### 2.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi- fungsinya, kemampuan itu dapat meliputi daya tahan, dan fungsi kegunaannya apakah sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumen. Tentunya dalam menentukan keputusan pembelian konsumen terlebih dahulu melihat kualitas dari produk yang akan dibeli apakah sesuai dengan yang mereka butuhkan atau tidak.

H2 : *Diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang.*

### 2.5.3 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Desain produk adalah bagian dari proses dan pengembangan dalam sistem yang terintegrasi dengan banyak bidang keilmuan yang lain. Pada proses desain berkontribusi dalam styling, menciptakan bentuk serta perasaan yang ditimbulkan oleh produk dalam interaksinya dengan pembeli. Cara lain untuk menambahkan nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda serta dapat pula memberikan ciri khas produk yang dibuat untuk penyempurnaan fungsi produk agar konsumen semakin tertarik.

H3 : *Diduga ada pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang.*

### 2.5.4 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Assauri, 1996) keputusan pembelian adalah Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Konsumen yang teliti dalam berbelanja tentunya akan mempertimbangkan berbagai aspek, salah satunya adalah mempertimbangkan harga serta kualitas produk yang akan dibelinya, tak hanya itu terkadang ada pembeli yang sangat mempertimbangkan desain dari sebuah produk yang akan dibelinya, bentuk fisik yang bisa dilihat secara langsung oleh konsumen, dan dapat menjadi tolak ukur sebelum konsumen menjatuhkan keputusan pembeliannya.

H4 : *Diduga ada pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang.*

## 3. Metodologi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah indikator yang dipergunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 23 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah  $23 \times 5 = 115$  sampel. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan statistik. Sehingga penelitian ini menggunakan statistik

inferensi. Yang mana statistik inferensi adalah bagian statistik yang mempelajari penafsiran dan penarikan kesimpulan yang berlaku secara umum dari data yang tersedia (Misbahudin & Hasan, 2013). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, analisis statistik deskriptif, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yang dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

**4. Hasil dan Pembahasan**

**4.1 Hasil Penelitian**

**4.1.1 Karakteristik Responden**

Dari 115 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dilakukan perbedaan terhadap karakteristik responden. Beberapa karakteristik tersebut adalah gender, usia, dan pendidikan.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Keterangan	Total Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	36	31
	Perempuan	79	69
	<b>Jumlah</b>	<b>115</b>	<b>100</b>
Usia	21- 30 thn	31	27
	31- 40 thn	54	47
	41- 50 thn	21	18
	51- 60 thn	9	8
	<b>Jumlah</b>	<b>115</b>	<b>100</b>
Pendidikan	SMA	68	59
	S1	38	33
	S2	9	8
	<b>Jumlah</b>	<b>115</b>	<b>100</b>

Sumber : diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan berjumlah 79 orang, berusia antara 31-40 tahun yang berjumlah 54 orang, dengan pendidikan SMA yaitu sebanyak 68 Responden atau 59%.

**4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif**

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu variabel Harga (X<sub>1</sub>), Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) dan Desain Produk (X<sub>3</sub>) sedangkan untuk variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Masing-masing variabel diukur dengan memberikan pertanyaan kepada 115 responden, beberapa item pertanyaan sebagai indikator terhadap variabel-variabel tersebut.

**Tabel 2. Data Deskriptif Variabel Penelitian**

	Keputusan Pembelian	Harga	Kualitas Produk	Desain Produk
Mean	21,7043	21,8870	30,2783	24,9565
Median	21,0000	22,0000	30,0000	25,0000
Mode	20,00	25,00	28,00	24,00
Std. Deviation	2,13564	2,50531	2,49754	3,35709
Variance	4,561	6,277	6,238	11,270
Range	13,00	13,00	10,00	16,00
Minimum	12,00	12,00	25,00	14,00
Maximum	25,00	25,00	35,00	30,00
Sum	2496,00	2517,00	3482,00	2870,00

Sumber : Output SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat di jelaskan sebagai berikut :

- a) Variabel Keputusan Pembelian dengan 115 responden memiliki nilai rata-rata 21,70, median 21,00, mode 20, standar deviasi 2,135, nilai minimum 12, nilai maksimum 25 dan total 2496.
- b) Variabel Harga dengan 115 responden memiliki nilai rata-rata 21,88, median 22,00, mode 25, standar deviasi 2,505, nilai minimum 12, nilai maksimum 25 dan total 2517.
- c) Variabel Kualitas Produk dengan 115 responden memiliki nilai rata-rata 30,27, median 30,00, mode 28, standar deviasi 2,497, nilai minimum 25, nilai maksimum 35 dan total 3482.
- d) Variabel Desain Produk dengan 115 responden memiliki nilai rata-rata 24,95, median 25,00 mode 24, standar deviasi 3,357 nilai minimum 14, nilai maksimum 30 dan total 2870.

**4.1.3 Uji Asumsi Klasik**

**4.1.3.1 Uji Normalitas**

**Tabel 3. Data Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	0,0000000	0,0000000
	1,76564197	1,81241985
Most Extreme Differences	0,046	0,047
	0,036	0,041
	-0,046	-0,047
Test Statistic		0,046
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber : Output SPSS 2022

Hasil uji normalitas (uji *Kolmogorov-Smirnov*) pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200, hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga variabel residual berdistribusi normal.

**4.1.3.2 Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas Variabel-Variabel Bebas**

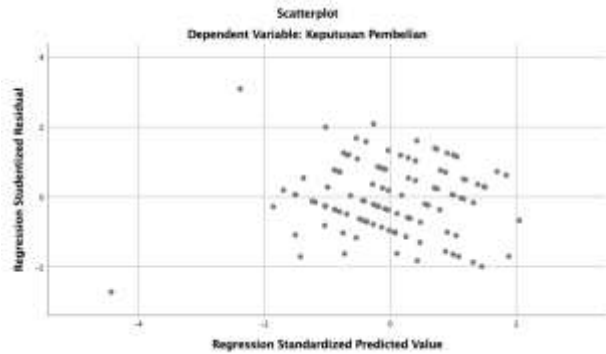
Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	0,974	1,026
	Kualitas Produk	0,939	1,065
	Desain Produk	0,959	1,042

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS 2022

Pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen lebih kecil dari pada 5, yaitu nilai VIF variabel harga sebesar 1,026, nilai VIF variabel kualitas produk sebesar 1,065 dan variabel desain produk sebesar 1,042. Hasil uji multikoleniaritas (uji VIP) pada tabel diatas menunjukkan bahwa VIP < 10 dan tolerance > 0.1, yang berarti bahwa model regresi tidak mengandung multikoleniaritas dan model regresi layak digunakan.

4.1.3.4 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS 2022

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat pola titik – titik pada *scatterplot regresi*. Jika titik – titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dari *Scatterplot* diatas dapat diketahui bahwa titik – titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.1.3 Uji Regresi Linier Berganda

Untuk melihat pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Hasil Regresi Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,735	3,242		0,535	0,594
	Harga	0,423	0,068	0,497	6,249	0,000
	Kualitas Produk	0,201	0,069	0,235	2,905	0,004
	Desain Produk	0,185	0,051	0,290	3,625	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : Output SPSS 2022

Dari tabel diatas ditemukan persamaan regresi berganda yaitu :

$$\hat{Y} = 1,735 + 0,423X_1 + 0,201X_2 + 0,185X_3 + e$$

Selanjutnya interpretasi dari persamaan diatas dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut :

a = 1,735 adalah nilai konstanta yang artinya Ketika variabel Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk konstan atau tidak ada perubahan, maka besarnya variabel Y (Keputusan Pembelian) adalah 1,735 satuan.

b<sub>1</sub> = 0,423 adalah nilai koefisien regresi dari variable Harga jika naik satu satuan, maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,423 satuan dengan asumsi bahwa variabel Harga bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

b<sub>2</sub> = 0,201 adalah nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Produk jika naik satu satuan, maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,201 satuan dengan asumsi bahwa variabel

Kualitas Produk bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

b<sub>3</sub> = 0,185 adalah nilai koefisien regresi dari variabel Desain Produk jika naik satu satuan, maka variabel Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,185 satuan dengan asumsi bahwa variabel Desain Produk bersifat konstan atau tidak mengalami perubahan.

e = adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti citra merek, promosi, lokasi dan lain sebagainya.

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Uji T (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,735	3,242		0,535	0,594
	Harga	0,423	0,068	0,497	6,249	0,000
	Kualitas Produk	0,201	0,069	0,235	2,905	0,004
	Desain Produk	0,185	0,051	0,290	3,625	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : Output SPSS 2022

Berdasarkan tabel 6 diatas maka dapat di jelaskan hasil uji t sebagai berikut :

- a. Variabel Harga mempunyai nilai sig t sebesar 0,000 < α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dengan H<sub>1</sub> diterima, artinya terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang.
- b. Variabel Kualitas Produk mempunyai nilai sig t sebesar 0,004 < α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dengan H<sub>1</sub> diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang.
- c. Variabel Desain Produk mempunyai nilai sig t sebesar 0,000 < α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dengan H<sub>1</sub> diterima, artinya terdapat pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang.

4.1.4.2 Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,554	3	54,851	17,132	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	355,394	111	3,202		
	Total	519,948	114			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Desain Produk, Harga, Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada rumah produksi cahaya jumptan tuan kentang Palembang dengan nilai F signifikan sebesar

0,000 ini lebih kecil daripada 0,05 dan nilai Fhitung sebesar  $17,132 > 2,680$  Ftabel.

#### **4.2 Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian serta pengujian menggunakan SPSS maka pembahasan penelitian sebagai berikut :

##### **4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang**

Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang, artinya semakin sesuai harga yang ditentukan maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat, hal ini dikarekan konsumen merasa bahwa harga yang ditentukan dapat bersaing dengan kain jumptan lain, sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. harga kain di Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang juga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan akan membuat konsumen membeli produk tersebut.

Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian sesuai dengan pendapat (Adonis & Silintowe, 2021) yang menyatakan bahwa harga merupakan faktor yang sangat penting dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, (Puspita, 2015) dimana hasil penelitian menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian ini didukung dan diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu.

##### **4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang**

Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang, artinya semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian kain jumptan pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang, hal ini dikarenakan Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang memiliki produk yang berkualitas baik dari segi keawetan bahan, kesesuaian model serta ketahanan warna yang tidak mudah luntur.

Adanya pengaruh kualitas produk secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sesuai dengan pendapat menurut (Maupa et al., 2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak. Jika suatu produk mempunyai kualitas yang bagus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Pada hakikatnya seseorang membeli barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Seseorang membeli barang bukan hanya fisik semata,

melainkan manfaat yang ditimbulkan oleh barang atau jasa yang dibeli. Maka dari itu, pengusaha dituntut untuk selalu kreatif, dinamis, dan berpikiran luas. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Redho, 2018) dimana hasil penelitian juga menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Dengan adanya kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian ini didukung dan diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu.

##### **4.2.3 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang**

Secara parsial desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang, artinya semakin baiknya desain produk akan meningkatkan keputusan pembelian kain jumptan pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang, hal ini dikarenakan konsumen akan mempertimbangkan desain yang memenuhi kebutuhannya dan keinginannya serta desain mengikuti perkembangan zaman demi mendukung penampilannya dalam dunia fashion. Desain produk yang menarik yang memenuhi keinginan pembeli akan membuat pembeli melakukan pembelian ulang.

Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen akan mempertimbangkan desain yang mengikuti perkembangan zaman, jika desain produk meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat. Desain merupakan hal yang sangat penting dalam suatu produk. Desain sangat mempengaruhi bentuk produk, kenyamanan produk, manfaat produk, serta beberapa faktor lainnya. Dalam proses produksi desain harus diberikan perhatian serius karena sasaran konsumen tidak hanya sedikit melainkan banyak dan desain dari produk yang sedang dalam proses produksi harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Saraswati, 2014) hasil penelitian menemukan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian ini didukung dan diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu.

##### **4.2.4 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang**

Secara simultan harga, kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik harga, kualitas produk dan desain produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian kain jumptan pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang



Palembang, hal ini dikarenakan dalam menentukan pilihan konsumen akan menjatuhkan keputusan pembelannya kepada produk yang harganya lebih murah. Konsumen akan mencari tahu dan melakukan perbandingan terhadap produk-produk yang ada. Apabila perusahaan ingin terus berkembang dan terus menghasilkan keuntungan, maka mereka tidak punya opsi lain untuk menganut konsep kualitas, ketika kualitas suatu produk sudah sesuai dengan klaimnya dan terbukti nyata, juga jika kualitasnya sama dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen maka konsumen akan menjatuhkan keputusan pembelannya terhadap produk tersebut. Jadi, jika perusahaan menginginkan keputusan pembelian konsumen jatuh pada produknya, perusahaan harus menyesuaikan kualitas produknya dengan kebutuhan serta keinginan konsumennya.

Adanya pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan, sesuai dengan menurut (Redho, 2018) menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan desain produk merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, dikarenakan sasaran konsumen cukup banyak yang mulai mempersoalkan harga, kualitas produk dan desain suatu produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, desain produk berupa bentuk fisik yang bisa dilihat secara langsung oleh konsumen, dan dapat menjadi tolak ukur sebelum konsumen menjatuhkan keputusan pembelannya. Tingkat keunikan desain produk berdampak pada penjualan maupun keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saraswati et al., 2011) hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya kesamaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian ini didukung dan diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas tentang pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang. Yang dibuktikan dengan nilai Signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Thitung sebesar  $6,249 > 1,658$  Ttabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai harga yang ditentukan maka keputusan pembelian konsumen meningkat.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang. Yang dibuktikan dengan nilai Signifikan

sebesar  $0,004 < 0,05$  dan nilai Thitung sebesar  $2,905 > 1,658$  Ttabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

3. Desain produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang. Yang dibuktikan dengan nilai Signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Thitung sebesar  $3,25 > 1,658$  Ttabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menariknya desain produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
4. Secara simultan (Uji F), menunjukkan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2) dan desain produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Rumah Produksi Cahaya Jumptan Tuan Kentang Palembang. Dibuktikan dengan nilai Signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung sebesar  $17,132 > 2,680$  Ftabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baiknya harga, kualitas produk dan desain produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
5. Hasil penelitian dengan menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,316. Hal ini menunjukkan besarnya kontribusi antara variabel harga, kualitas produk dan desain produk bisa menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 31,6%, sisanya sebesar 68,4% bisa dijelaskan/dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## Daftar Pustaka

- Adonis, M., & Silintowe, Y. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138.
- Arumsari. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Assauri, S. (1996). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Hanif, A. F. (2013). *Pengaruh Kualitas, Harga, Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Indigo Jombang*. 82–94.
- Irwan, & Basu, S. (2003). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxi Series. *Jurnal UG*, 7(5).
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran : Vol. Edisi 12 (Jilid 1)*.
- Maupa, H., Kadir, N., & Sulbiah. (2019). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu converse di Makassar. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika*, 16(2).
- Puspita, L. (2015). *Analisis pengaruh desain, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian*

- handphone Samsung (studi pada mahasiswa FEB UMS)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rahayu, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi (Studi Kasus: PT. Media Asuransi Indonesia). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1).
- Redho, R. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Saraswati, M. L. (2014). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan*. Universitas Diponegoro.
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2011). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2).