

**Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Produk Terhadap  
Keputusan Membeli di Mebel Kayu Jati Widodo  
Kecamatan Sukodono**

**NASKAH PUBLIKASI**



Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Putri Wulandari

C0119004

Pembimbing 1: Drs. Laksono Sumarto, MM

Pembimbing 2: Dr. Rini Adiyani, S.Sos. SE,MM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN**

**SURAKARTA**

**2023**





**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PERNYATAAN PENULISAN**

**Judul: Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Harga Produk Terhadap  
Keputusan Membeli Di Mebel Kayu Jati Widodo Kecamatan Sukodono**

**Nama : Putri Wulandari**

**NIM : C0119004**

1. Saya menyatakan dan bertanggung jawab sebenarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya sendiri. Jika suatu saat ada pihak Yang mengeklaim bahwa penelitian ini sebagai karyanya yang disertai bukti yang cukup, maka saya bersedia membatalkan gelar saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.
2. Saya menyatakan bahwa hasil penelitoan ini diperbolehkan untuk disebarluaskan dan dipublikasikan secara umum oleh Universitas Tunas Pembangunan Surakarta bersama dengan dosen pembimbing.

Surakarta, 12 Juli 2023

Hormat Saya



Putri Wulandari



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI**

**Judul: Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Membeli Di Mebel kayu Jati Widodo Kecamatan Sukodono**

**Nama : Putri Wulandari**

**NIM : C0119004**

Naskah publikasi ini telah memenuhi syarat sebagai artikel ilmiah dan dapat diajukan dalam jurnal ilmiah, berdasarkan atas hasil karya/ ilmiah/ penelitian yang lakukan.

Suarakarta, 12 Juli 2023

Disetujui Dan Diterima Dengan Baik  
Untuk DipeRahankan

Pembimbing II

Pembimbing I

**(Dr. Rini Adivani. s.sos. SE,MM) (Drs. Laksono Sumarto. MM)**

NIDN : 0622046501

NIDN : 06022125906



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI**

**Judul: Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Harga Produk Terhadap  
Keputusan Membeli Di Mebel Kayu Jati Widodo Kecamatan Sukodono**

**Nama : Putri Wulandari**

**NIM : C0119004**

Naskah publikasi ini telah diujikan di depan dewan penguji

Pada Tanggal : 12 Juli 2023

Dewan penguji

1. Drs. Trio Handoko, MM
2. Dr. Achmad Choerudin, ST, SE,
3. Drs. Laksono Sumarto, MM

Tanda tangan  
( ketua ).....  
(sekertaris).....  
(Angota).....

MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Ketua Program Studi Manajemen  
Bisnis

Dra. Sri Wijastuti, MM  
NIDN : 06081064401

Abdulahah Zailani, SE, S.Ag, M.Pd, M.Si  
NIDN: 0010127201



Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

PUTRI WULANDARI

C0119004

Pembimbing 1: Drs. Laksono Sumarto, MM  
Pembimbing 2: Dr. Rini Adiyani, S.Sos. SE,MM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN  
SURAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DI MEBEL KAYU JATI WIDODO  
KECAMATAN SUKODONO**

**Putri Wulandari, Drs. Laksono Sumarto, MM, Dr. Rini Adiyani, S.Sos. SE, MM**

Program Studi Manajemen, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Jl. Walanda maramis No. 31 Surakarta

e-mail : [wulandariputri400@gmail.com](mailto:wulandariputri400@gmail.com)

ABSTRAKSI : Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti : (1) Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Membeli Di Mebel Kayu Jati Widodo Kecamatan Sukodono (2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Di Mebel Kayu Jati Widodo (3) Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Di Mebel Kayu Jati Widodo (4) Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Membeli Di Mebel Kayu jati Widodo.

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan teknik untuk menganalisis data menggunakan regresi linier berganda. Penggunaan metode untuk menentukan sampel ialah berupa teknik *non probability sampling* dengan metode *purpose sampling* sehingga didapat sejumlah 100 responden. Data responden didapat dengan menyebarkan kuisioner yang telah disusun kepada responden melalui media online.

Penelitian yang dihasilkan memperlihatkan jika Kualitas Produk dengan parsial memberi pengaruh yang positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian sebesar 35,8% Desain Produk juga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan yakni sebesar namun sangat lemah yakni 0,92% Harga Produk juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan menunjukkan besaran sebesar 42,2%. Kualitas Produk, Desain Produk, Harga Produk dan Keputusan Pembelian secara simultan atau bersama-sama juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan ditunjukkan dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, Harga Produk, Keputusan Membeli**

ABSTRACT : *This research is intended to examine: (1) The Influence of Product Quality, Product Design, and Product Price on Purchase Decisions in Widodo Teak Wood Furniture, Sukodono District (2) Influence of Product Quality on Purchase Decisions in Widodo Teak Wood Furniture (3) Influence of Product Design on Decisions on Widodo's Teak Wood Furniture (4) Effect of Product Prices on Purchase Decisions on Widodo's Teak Wood Furniture.*

*This research is a quantitative type with a technique to analyze the data using multiple linear regression. The method used to determine the sample is a non-probability sampling technique with a purposive sampling method so that a total of 100 respondents are obtained. Respondent data was obtained by distributing questionnaires that had been prepared to respondents through online media.*

*The resulting research shows that Product Quality partially has a positive and significant influence on Purchase Decisions of 35.8% Product Design also shows a positive and significant influence that is equal to but very weak at 0.92% Product Price also has a positive and significant influence significant by showing a magnitude of 42.2%. Product Quality, Product Design, Product Price and Purchase Decision simultaneously or together also have a positive and significant influence as indicated by a sig value of  $0.000 < 0.05$*

**Keywords: Product Quality, product design, product price , Purchasing Decisions**

## PENDAHULUAN

Pada zaman modern seperti sekarang ini perkembangan dunia industri sudah semakin pesat dan sudah semakin canggih, dengan perkembangan zaman ini tentunya persaingan antar pengusaha semakin ketat. Banyak perusahaan baru yang membuka usaha dengan pelayanan jasa dengan berbagai macam cara dan mempunyai keunikan masing-masing. Kondisi seperti sekarang ini menuntut perusahaan untuk mempunyai strategi pemasaran yang lebih inovatif dan kreatif untuk menarik minat beli pelanggan agar meningkatkan omset penjualan dan keberlangsungan keberadaan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan melancarkan berbagai cara untuk mendapatkan perhatian konsumen salah satunya adalah dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen dan membuat produk yang diinginkan oleh konsumen serta mengikuti perkembangan zaman. Pemasaran sendiri sangat dianggap penting bagi perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen.

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis bagi suatu perusahaan. Korporasi akan menghadapi tantangan sekaligus peluang bisnis di era globalisasi. Ini akan dapat menumbuhkan pasar produknya sebagai akibat dari era globalisasi, tetapi ini juga akan menghasilkan persaingan yang lebih ketat di pasar. Akibatnya, setiap bisnis harus mampu memahami bagaimana untuk terus beroperasi sebagai perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi tuntutan dan keinginan pelanggan.

Industri mebel adalah industri yang mengolah bahan baku atau produk setengah jadi seperti bahan alam yang kayu jati menjadi produk akhir yang dapat disebut dengan mebel (furniture) yang mempunyai nilai kepraktisan dan nilai tambah yang tinggi. Salah satu mebel yang ada di kabupaten sragen adalah widodo mebel, daerah pantirejo, sukodono, sragen. Widodo mebel didirikan oleh widodo pada tahun 2018. Mebel ini berfokus pada furniture berbahan kayu jati dan akasia untuk menjaga kualitas produk. Mebel yang dihasilkan oleh widodo mebel termasuk dalam mebel kelas menengah yang bergaya modern maupun minimalis.

Dengan teknologi yang semakin maju, industri mebel tumbuh makin cepat dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, konsumen menginginkan produk yang sesuai dengan selera, dan kebutuhan daya beli mereka. Akibatnya, pebisnis menghadapi persaingan ketat dari tuntutan konsumen yang semakin canggih. Dalam kondisi pasar

yang semakin kompetitif peran kualitas produk dalam perkembangan mebel di kabupaten sragen semakin besar perannya. Sangat penting bagi pemilik mebel untuk mengetahui perilaku konsumen yang terus berubah.

Keputusan pembelian sangatlah penting untuk perkembangan suatu usaha. Sebuah usaha harus dapat menarik konsumennya sehingga konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Persaingan berdampak penciptaan produk baru sebagai tindakan penguasaan pasar dan mempertahankan nama usaha yang sedang dijalankan. Dengan menarik pelanggan dengan memberikan produk berkualitas sebagai pilihan bagi konsumen.

**Tabel 1.1 Penjualan Mebel pada 6 Bulan Terakhir**

Nama produk	Penjualan per bulan					
	Mei	juni	juli	agustus	september	oktober
Kursi tamu	17	1	5	6	4	5
Lemari	10	3	10	4	10	10
Bifet	3	1	4	1	2	2
Meja makan	3	-	-	3	1	1

**Sumber : data bulanan mebel kayu jati widodo**

Tabel 1.1 merupakan data yang diperoleh dari mebelkayu jati widodo untuk 6 bulan terakhir, penjualan kursi tamu sebanyak 37 unit, untuk lemari sebanyak 47 unit, untuk bifet sebanyak 13 unit, dan untuk meja makan sebanyak 8 unit. Dengan demikian dapat disimpulkan dari **tabel 1.1** di atas penjualan mebel paling banyak yaitu lemari yang terjual sebanyak 47 unit selama 6 bulan terakhir. Dengan peminat yang cukup banyak ini keputusan pembelian mebel juga dapat dipengaruhi dari kualitas produk, desain produk, dan harga produk.

Menurut (P. dan K. L. K. Kotler, 2008) Kotler dan Keller (2008) proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh para pelanggan melalui lima tahap yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Namun para pelanggan tidak selalu melewati seluruh lima urutan tahap ketika membeli produk. Mereka bisa melewati atau membalik beberapa tahap. Pada umumnya para pelanggan WIDODO mebel mendapatkan informasi khususnya tentang

kualitas produk dari berbagai sumber informasi pelanggan.

Produk dikatakan berkualitas apabila penawaran oleh penjual memiliki nilai lebih dari produk yang diklaim oleh pesaing. Jika penawaran penjual lebih berharga daripada yang diklaim penjual lain, barang tersebut dianggap berkualitas tinggi. Selain itu, bisnis harus berkonsentrasi pada produksi barang kaliber yang setara atau lebih baik dari pesaing mereka untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut pandangan Kotler dan Armstrong (dalam Winata, 2020) kualitas produk adalah kapasitas produk untuk memenuhi kebutuhan penggunaannya, termasuk daya tahan, ketergantungan, akurasi, kesederhanaan pengoperasian dan perbaikan. Dapat disimpulkan bahwa konsumen tertarik pada kualitas produk ketika membuat keputusan pembelian. Hasil penelitian terdahulu yang sejenis.

Kualitas produk sangat penting untuk bisnis manufaktur, khususnya di sektor furnitur, untuk menyenangkan pelanggan. Selain itu, konsumen menempatkan nilai tinggi pada evaluasi harga yang wajar. Fungsionalitas produk, yang mencakup keseluruhan daya tahan, keandalan, akurasi, penggunaan, kemudahan perbaikan produk, dan atribut produk lainnya, disebut sebagai kualitas produk. Salah satu cara untuk melakukannya dengan tetap menjaga kualitas produk dan harga yang murah adalah dengan memberikan pilihan kepada konsumen dan membujuk mereka untuk membeli barang produksi lokal.

Dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, kualitas dan desain produk menjadi salah satu strategi untuk memenangkan persaingan.

Sedangkan untuk pelanggan, harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang prima dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut produsen untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain produsen harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

Industri tidak dapat berkembang dan bersaing tanpa menjamin kualitas produk, desain produk dan harga yang memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, untuk memastikan produk yang dihasilkan

berkualitas tinggi, mebel widodo menciptakan furniture dengan desain yang semenarik mungkin agar konsumen tertarik dengan mebel di widodo mebel. Tentunya tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen, tetapi juga mempertimbangkan harga yang sepadan dengan kualitas produk yang di produksi untuk menarik perhatian.

Nilai kepuasan seseorang terhadap barang yang telah mereka beli diukur dengan harga produk. Lebih khusus lagi, harga adalah nilai yang ditunjukkan oleh jenis uang yang digunakan untuk bertransaksi dalam komoditas tertentu. Harga adalah jumlah uang yang diperlukan untuk membeli suatu barang, jasa, atau kombinasi keduanya (Adi et al., 2018). Tidak dapat disangkal bahwa kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi pelanggan atau mempertahankan persaingan industri sangat bergantung pada harga. Penetapan harga yang ditetapkan perusahaan dapat memacu permintaan dalam berbagai barang. Dalam hal ini, Widodo mebel menawarkan patokan harga yang mungkin dianggap wajar oleh masyarakat umum, namun Widodo mebel selalu menampilkan gambar atau presentasi barang yang berkualitas high-end atau elegan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, desain produk, harga produk berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di mebel widodo. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DI MEBEL KAYU JATI WIDODO KECAMATAN SUKODONO”**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. KUALITAS PRODUK**

#### **a. Pengertian kualitas produk**

Kualitas produk adalah kemampuan item untuk menghasilkan hasil atau kinerja yang memadai yang melampaui apa yang diharapkan konsumen. Memahami apa yang dapat ditawarkan produsen sebagai bisnis untuk memenuhi permintaan dan keinginan konsumen sejalan dengan kompetensi dan kemampuan organisasi, serta daya beli pasar, untuk mencapai tujuan organisasi.

Adapun beberapa tingkatan produk menurut Kotler dan Keller (2016:390) dalam

(Bheben Oscar & Hilman Cahya M., 2020), diantaranya:

- a) Manfaat Produk (*Core Benefit*). Yaitu manfaat dasar dari produk yang sebenarnya dibeli oleh seseorang konsumen.
  - b) Produk dasar (*Basic Product*) Yaitu suatu produk dapat dirasakan oleh panca indra.
  - c) Produk yang diharapkan (*Expected Product*) Yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh konsumen pada saat membeli suatu produk.
  - d) Nilai tambah (*Augmented Product*) Yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan produk pesaing.
  - e) Produk potensial (*Potential Product*) Yaitu semua perubahan yang dialami oleh suatu produk dimasa mendatang. Disini perubahan mencari cara baru yang agresif untuk memuaskan konsumen dan membedakan penawaran dengan pesaing lain.
- b. Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk menurut Fandy Tjiptono (2015:75) dalam (Joko Bagio Santoso, 2019) sebagai berikut:

- a) Kinerja
- b) Fitur
- c) Reliabilitas
- d) Kesesuaian dengan spesifikasi
- e) Daya tahan
- f) Kemampuan melayani
- g) Estetika
- h) Kualitas yang dipersepsikan

## 2. Desain Produk

### a. Pengertian desain produk

Manufaktur dan pemasaran layanan ritel, pakaian jadi, barang-barang yang dikemas, dan peralatan yang tahan lama mengutamakan desain. Jumlah uang yang harus dialokasikan untuk membuat fitur, performa, kompatibilitas, ketahanan, ketergantungan, perbaikan, dan gaya harus ditentukan oleh desainer. Produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah diproduksi dan didistribusikan untuk bisnis. Pelanggan memandang produk sebagai produk yang dirancang dengan baik jika memiliki tampilan yang menarik dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dilepas. Semua hal ini harus diperhitungkan oleh desainer. Nasihat desain yang baik memang menghibur, terutama bagi perusahaan baru dan peritel barang konsumen yang lebih kecil dengan sedikit sumber daya untuk promosi.

Dimensi Disain produk memiliki dimensi menurut Kotler dan Armstrong (2012:410) yang meliputi :

- a) Bentuk, dimana produk dapat dideferensiasikan pada bentuk, ukuran, model.
- b) Fitur, dimana sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan fitur yang berbeda-beda yang melengkapi fungsi dasar produknya.
- c) Mutu, konsumen berharap dari produk yang dibeli memiliki kesesuaian dengan standard an spesifikasi yang tinggi.
- d) Daya tahan, konsumen berharap ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal.
- e) Keandalan, Konsumen akan membeli lebih untuk mendapatkan produk yang lebih handal.
- f) Mudah diperbaiki, konsumen membeli produk yang mudah diperbaiki.
- g) Gaya, merupakan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk itu bagi konsumen.

### b. Indikator Desain Produk

Indikator Desain Produk Menurut Durvasula et.al (dalam Ilmuya, 2011, 50) mengemukakan indicator untuk mengukur desai produk dengan :

- a) Model, disini menggambarkan seberapa jauh suatu produk kelihatan dan berkenan bagi konsumen.
- b) Gaya yang menarik, disini cara lain untuk menambahkan nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda.
- c) Variasi, mendesain produk baru yang berfungsi untuk menyelesaikan masalah terhadap desain yang ada.
- d) Up to date, dengan cara pembaharuan pada suatu produk yang dibuat yang diperbaharui dari kondisi sebelumnya.

## 3. Harga Produk

### a. Pengertian harga

Hanya komponen harga dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan untuk bisnis. Harga adalah, dari perspektif pemasaran, sejumlah uang atau ukuran lain (termasuk barang dan jasa lainnya) yang diperdagangkan sebagai ganti hak kepemilikan untuk menggunakan barang atau jasa. Faktor yang secara langsung mempengaruhi keuntungan perusahaan adalah harga. Jumlah yang terjual tergantung pada tingkat harga yang dipilih. Selain itu, biaya secara tidak langsung dipengaruhi oleh harga karena jumlah yang terjual berdampak pada biaya yang terkait dengan efisiensi produksi. Harga memengaruhi

pendapatan keseluruhan dan biaya total, karenanya keputusan dan taktik penetapan harga sangat penting dalam setiap bisnis. Namun, harga sering digunakan sebagai kriteria ketika datang ke konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324), Jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa, atau jumlah nilai yang diperdagangkan pelanggan untuk hak membeli, memiliki, atau menggunakan barang atau jasa, disebut sebagai harga. Fandy Tjiptono (2015:2151) mengklaim bahwa satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atau pendapatan bagi perusahaan adalah harga.

- b. Indikator harga menurut Kotler dan Keller (2016:112) dalam (Effendi, 2020) sebagai berikut:
- Keterjangkauan harga.
  - Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.
  - Kesesuaian harga dengan kualitas produk
  - Kesesuaian harga dengan manfaat

#### **4. Keputusan membeli**

##### **a. Pengertian keputusan pembelian**

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, komunitas, dan organisasi memilih, memperoleh, memanfaatkan, dan akhirnya membuang produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian merupakan bagian dari perilaku pelanggan. Studi tentang bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, memperoleh, mengonsumsi, dan puas dengan produk, layanan, ide, atau pengalaman yang dikenal sebagai perilaku konsumen. Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (2015) menyarankan agar konsumen memilih satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif saat melakukan pembelian.

##### **b. Indikator keputusan pembelian**

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong (2016:188) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

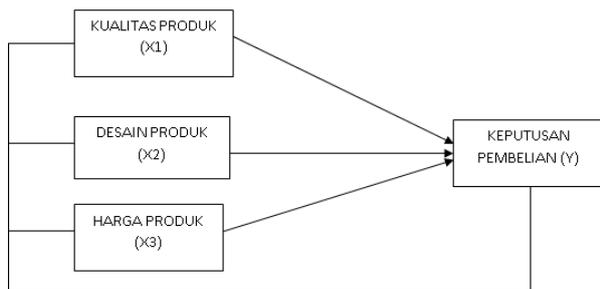
- Pilihan produk Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.
- Pilihan merek Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri

- Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.
- Pilihan penyalur Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lainlain.
- Waktu pembelian Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbedabeda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.
- Jumlah pembelian Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.
- Metode pembayaran. Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya oleh aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

#### **Kerangka Penelitian**

Menurut McGaghie dalam (Rina Hayati, 2020) Kerangka pemikiran adalah suatu proses melakukan, mengatur dan melakukan penyajian pertanyaan dalam penelitian dan mendorong dalam menyelediki atas permasalahan yang menyajikan permasalahan dan konteks sebab akibat peneliti melaksanakan penelitian ini. Kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Desain (X2), dan Harga Produk (X3) serta Keputusan Pembelian (Y) variable

Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat dari bagan dibawah ini :



## HIPOTESIS

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dapat dituliskan hipotesisdugaan sementara) penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1)
  - Ho : Kualitas Produk (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli (Y)
  - Ha : Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan membeli (Y)
2. Desain Produk (X2)
  - Ho : Desain Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan Membeli (Y)
  - Ha : Desain Produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan Membeli (Y)
3. Harga Produk (X3)
  - Ho : Harga Produk (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan Membeli (Y)
  - Ha : Harga Produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan membeli (Y)
4. Kualitas Produk (X1), Desain (X2), Harga Produk (X3)
  - Ho : Kualitas Produk (X1), Desain (X2), Harga Produk (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan Membeli (Y)
  - Ha : Kualitas Produk (X1), Desain (X2), Harga Produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan Membeli (Y)

## METODE PENELITIAN

### 1. Ruang Lingkup Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di mebel kayu jati Widodo yang ber alamat di dulas, pantirejo. Sukodono. Sragen rt02/rw00. Mebel ini berdiri sejak tahun 2018 yang didirikan oleh Pak Widodo. Penelitian ini dilakukan pada oktober 2022

### 2. Poulasi dan sampel

Populasi pada penelitian ini addalah pelanggan Widodo mebel yang ernah membeli produk mebel sedangkan sampel penelitian ini adalah 100 responden yang pernh membeli produk mebel.

### 3. Variabel penelitian

- a. Variabel dependen (Y) merupakan variabel terikat dan variabel ini merupakan variabel yang di pengaruhi oleh variabel independen . pada penelitian ini variabel terikat atau variabel dependen nya adalah keputusan pembelian.
- b. Variabel independen (X) variabel independen merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen , pada penelitian ini terdapat 3 variabel independen taitu (X1) kualitas produk, (X2) harga produk , (X3) desain.

### 4. Sumber Data

sumber data yang peneliti kumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder

- a. data primer
- b. data sekunder

### 5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner dengan menggunakan angket

### 6. Metode analisis Data

- a. Uji instrument penelitian
- b. Uji prasyarat analisis/ Uji asumsiklasik
- c. Uji regresi linier berganda
- d. Uji hipotesis

### 7. Hasil Analisis Data

- a. Uji instrumen penelitian
 

Berdasarkan pada uji instrument penelitian yang terdiri dari uji validitas, uji reabilitas diketahui bahwa tiap itempernyataan valid dan reliabel memenuhi syarat untuk pengujian selanjutnya.

- b. Uji prasyarat analisis/ uji asumsi klasik

Telah lolos uji prasyarat analisis oleh karena itu layak untuk memprediksi analisis berikutnya.

- c. Uji regresi linier berganda
 

Hasil uji regresi diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

Tabel 1.2

Uji Analisis Regresi

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	18.215	37.089		.491	.624		
	X1	.407	.107	.358	3.791	<.001	.478	2.092
	X2	.104	.100	.092	1.037	.302	.541	1.850
	X3	.439	.090	.422	4.883	<.001	.573	1.746

a. Dependent Variable: Y

Hasil dari analisis regresi linear berganda yang berupa koefisien masing-masing variabel independen dijelaskan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 18.215 + 0,407 X_1 + 0,104X_2 + 0,439 X_3 + e$$

d. Uji Hipotesis  
1. Uji T

Tabel 1.3  
Hasil uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	18.215	37.069			-.491	.624		
X1	.407	.107	.358	3.791	<.001	.478	2.092	
X2	.104	.100	.092	1.037	.302	.541	1.850	
X3	.439	.090	.422	4.883	<.001	.573	1.746	

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, diselidiki bahwa uji tengah menyelesaikan korelasi antara  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  termasuk dalam premis dinamis.  $Df = 100 - 3 - 1 = 96$ , maka  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini adalah 1,985. Untuk dapat melihat ada tau tidaknya pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan melihat tingkat signifikansi apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $t < 0,05$ . Dari hasil uji t atau uji parsial tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh variabel Kualitas produk terhadap variabel Keputusan Membeli Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai  $t_{hitung} X_1 = 3,791$ , artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,791 > 1.985$ ), maka  $H_0$  ditolak , sehingga diartikan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan Membeli
- 2) Pengaruh variabel Desain Produk terhadap variabel Keputusan Membeli Berdasarkan hasil uji t, maka

diperoleh nilai thitung variabel  $X_2 = 1,037$  artinya thitung  $>$  ttabel ( $1,037 < 1.985$ ), maka  $H_0$  diterima, sehingga diartikan bahwa variabel Desain Produk tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan Membeli

- 3) Pengaruh variabel Harga Prodck terhadap variabel Keputusan Membeli Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai thitung variabel Harga Produk = 2,111, artinya thitung  $>$  ttabel ( $4,883 > 1.985$ ) maka  $H_0$  ditolak, sehingga diartikan bahwa variabel Harga Produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan membeli

2. Uji F

Table 1.4  
Hasi uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174180.507	3	58060.169	45.979	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	121223.493	96	1262.745		
	Total	295404.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan pengujian signifikan variabel dapat dilihat dengan memperhatikan nilai signifikan dan  $df = n - k$ , juga nilai F hitung. Maka jika F hitung dan nilai sig  $< 0,05$  dapat disimpulkan variabel independen atau Kualitas Produk, Desain Produk, dan Harga Produk berpengaruh terhadap Keputusan Membeli. Pengujian variabel penelitian secara simultan dilakukan melalui output spss sebagai ANOVA:  $DF_2 = 100 - 3 = 97$  dan  $DF_1 = 4 - 1 = 3$ , maka nilai F tabel adalah sebesar 2,70 sedangkan nilai signifikan 0,000 sehingga diperoleh 45,979  $> 2,70$  dan nilai Sig 0,000  $< 0,05$ . Maka dapat

disimpulkan Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Harga Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Membeli

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Uji t (uji persial) menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Membeli (Y). Hal ini mmenunjukkan bahwa Kualitas Produk Widodo Mebel yang baik dari segi bahan yang digunakan, bentuk mebel yang menyesuaikan denagan model sekarang menjadi hal penting dan berpengaruh untuk menentukan Keputusan membeli di Widodo mebel
2. Uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa variabel Desain Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Membeli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa Desain yang di berikan Widodo Mebel belum mampu bersaing dengan Kompetitornya yang mampu bersaing mengikuti zaman dan permintaan konsumen. Bagi konsumen Widodo Mebel ini sangat penting bagi calon Konsumen untuk menentukan Keputusan Membeli.
3. Uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa variabel Harga Produk (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Membeli (Y). Hal ini menunjukkan bahwa Harga Produk yang diberikan Oleh Widodo Mebel mampu bersaing Denagn Perusahaan laiinya Tanpahars mengurangi Kualitas Produk yang diberikan. Hal Ini penting bagi calon

Konsumen karena harga menentukan Keputusan Membeli.

4. Uji f (uji simultan) Menununjukkan bahwa variabel Kualitas Produk(X1), Desain Produk(X2), dan Harga Produk (X3), berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Keputusan membeli (Y)
5. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa Keputusan Membeli (Y) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk (X1), Desain Produk (X2), dan Harga Produk (X3) sebesar 0,590 atau 59%. Sedangkan sisanya 41% Keputusan membeli dipengaruhi Beberapa variabel yang tidak dieksplorasi atau dimasukkan dalam penelitian ini berdampak.

### **B. SARAN**

Ada beberapa saran berdasarkan kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian ini, antara lain :

1. Bagi Widodo mebel
  - a. Kualitaas Produk

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli. maka dari itu Widodo mebel harus dan dapat mempertahankan keunggulan kualitas produk yang dimiliki antara lain : jenis kayu yang di pakai, model mebel yang beragam dan kualitas lainnya yang lebih baik lagi.

- b. Desain Produk

Berdasarkan hasil uji penelitian uji hipotesis yang dilakukan di penelitian ini, Desain Produk tidak menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli. Oleh karena itu, Widodo mebel disarankan lebih meningkatkan dan memperhatikan desain produk yang sesuai

dengan selera konsumen atau bisa dengan mengikuti zaman agar konsumen tidak merasa bosan dengan Desain Mebel yang itu itu saja.

### c. Harga

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Keputusan Membeli, dan oleh karena itu Widodo mebel mampu mempertahankan harga yang relatif dapat diterima oleh pelanggan dari semua lapisan masyarakat tanpa mengorbankan kualitas produk Widodo Mebel.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variasi variabel selain kualitas produk, desain produk, dan harga produk tentunya karena waktu yang semakin cepat baik dengan tema yang sama dapat mengembangkannya dengan lebih baik. Pada penelitian ini tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 59% dan terdapat 41% variabel lain yang mempengaruhi keputusan membeli seperti citra merek dan promosi digital. Oleh karena itu, diharapkan peneliti lain dapat menggunakan variabel lain sebagai variabel dalam penelitiannya.

Selain itu, peneliti juga dapat menambah literatur yang lebih banyak dibaca dan up-to-date. Peneliti selanjutnya dapat mempersiapkan masa studi yang lebih lama untuk hasil yang maksimal, konsultasi dengan dosen pembimbing secara intensif saat terjadi kendala dilapangan atau pada saat pengolahan data hasil penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.

<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/990>

- Effendi, A. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Indosat Ooredoo di Kabupaten Klaten*. Universitas Widya Dharma Klaten.
- Ilmaya, F. (2011). *Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. dan G. A. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Management 15e Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Oscar, B., & Hilman Cahya M. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Pro Mark: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Andi.
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pula pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(02).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35126/ilman.v8i2.200>