

Article History: Received: 30 June 2025, Revision: 17 July 2025, Accepted: 1 August 2025,
Available Online: 1 October 2025.

DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v9i4.4676>

Memantik Pengaruh Desain dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Faizatul Fajariah ^{1*}

^{1*} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram,
Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia.

Corresponding Email: faizatulfajariah@gmail.com ^{1*}

Abstrak. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture Klaten Jawa Tengah. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi karyawan yang bekerja di CV SAI Semarang sebanyak 96 orang. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan non-probability sampling dengan teknik sampling jenub. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, uji hipotesis yang diolah menggunakan software IBM SPSS versi 26. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dan daftar wawancara. Hasil penelitian didapatkan desain secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture Klaten Java Tengah, sedangkan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture Klaten Java Tengah. Adapun secara simultan bahwa desain dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture Klaten Java Tengah.

Kata kunci: Keputusan; Desain; Produk; Pembelian; Kualitas.

Abstract. The study aims to analyze the influence of product design and quality on purchasing decisions at PT. JMA Furniture Klaten, Central Java. The research method used in this study uses a quantitative method. The population of employees working at CV SAI Semarang is 96 people. This study uses a non-probability sampling approach method with a saturated sampling technique. The data analysis technique used is the classical assumption test, determination coefficient test, hypothesis test processed using IBM SPSS software version 26. The research instrument uses a questionnaire and interview list. The results of the study showed that design partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. JMA Furniture Klaten, Central Java, while product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. JMA Furniture Klaten, Central Java. Simultaneously, design and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. JMA Furniture Klaten, Central Java.

Keywords: Decision; Design; Product; Purchase; Quality.

Pendahuluan

Perusahaan sebagai pelaku bisnis perlu melakukan analisis terhadap peluang dan tantangan yang mungkin muncul di masa depan dengan merumuskan strategi pemasaran dan strategi perusahaan yang tepat. Hal ini bertujuan agar perusahaan mampu mengikuti perkembangan ekonomi global sekaligus menarik konsumen baru sehingga meningkatkan tingkat pembelian produk. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen biasanya mempertimbangkan beberapa alternatif pilihan (Schiffman & Kanuk, 2008). Keputusan pembelian sendiri merupakan proses seleksi antara dua atau lebih alternatif yang dipertimbangkan oleh konsumen (Schiffman & Kanuk, 2008). Faktor yang memengaruhi keputusan tersebut antara lain desain produk dan kualitas produk. Desain merupakan aspek fundamental dalam produk. Desain yang baik tidak hanya berperan pada tampilan produk, tetapi juga pada fungsi dan manfaatnya. Produk dengan desain yang tepat cenderung lebih menarik perhatian dan meningkatkan penjualan. Selain itu, desain yang efektif dapat meningkatkan performa produk, mengurangi biaya produksi, serta memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2016).

Penelitian Firdaus & Budi (2015) dan Nuha & Sutopo (2015) menemukan bahwa desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2008), kualitas produk merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang menentukan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat oleh konsumen. Produk dengan kualitas baik menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk atau jasa. Oleh karena itu, perusahaan wajib menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta bersaing dengan kompetitor lain dalam menguasai pangsa pasar. Penelitian Firdaus & Budi (2015) dan Hasibuan (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Industri mebel termasuk sektor yang

mengalami perkembangan pesat. Jawa Tengah merupakan salah satu sentra industri mebel di Indonesia yang memiliki karakteristik khas dibandingkan daerah lain. Saat ini, kebutuhan akan mebel kayu menjadi bagian penting dalam mendukung desain interior rumah, kantor, dan ruang lainnya. Jepara dikenal sebagai pusat industri mebel di Jawa Tengah. Di Klaten, terdapat banyak produsen mebel baik berbadan hukum maupun usaha rumahan (*home industry*) yang mampu memperoleh penghasilan cukup tinggi dengan tenaga kerja terbatas. PT. JMA Furniture merupakan salah satu produsen mebel di Klaten yang berdiri sejak 1998. Perusahaan ini fokus memproduksi furniture berbahan baku kayu jati asli. Produk PT. JMA Furniture dipasarkan di berbagai wilayah seperti Padang (Sumatra), Yogyakarta, Bandung, dan Jakarta (Jawa), Samarinda dan Pontianak (Kalimantan), serta Bali yang merupakan pusat wisatawan mancanegara. Namun, persaingan dengan perusahaan sejenis menyebabkan penurunan penjualan dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. JMA Furniture Klaten, Jawa Tengah.

Tinjauan Literatur

Desain dan Keputusan Pembelian

Desain merupakan konsep yang lebih luas dibandingkan gaya (Kotler & Armstrong, 2006). Desain produk memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam konteks pembuatan dan pemasaran berbagai produk seperti jasa eceran, busana, kemasan, dan peralatan tahan lama. Seorang desainer perlu mempertimbangkan investasi dalam pengembangan fitur, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, serta gaya produk. Dari sudut pandang perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah diproduksi dan didistribusikan. Sementara bagi konsumen, produk dengan desain baik menawarkan tampilan yang menarik serta kemudahan dalam membuka, memasang, menggunakan, memperbaiki, dan membuang produk tersebut. Semua aspek ini harus diperhitungkan oleh desainer agar produk dapat diterima dengan baik oleh pasar (Kotler & Keller, 2008).

Desain produk menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Produk dengan desain yang nyaman dan disukai cenderung menarik minat konsumen untuk memilih produk tersebut. Penelitian Firdaus & Budi (2015) serta Nuha & Sutopo (2015) menunjukkan bahwa desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 1 (H1): Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang mencerminkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang dinyatakan maupun yang tersirat (Kotler & Armstrong, 2006). Kualitas produk menjadi salah satu alat utama dalam strategi positioning pemasaran. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap kinerja produk atau jasa dan berkaitan erat dengan nilai serta kepuasan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2006). Oleh karena itu, kualitas produk berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen perlu memahami kualitas produk sebagai indikator yang mencerminkan sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Penelitian Firdaus & Budi (2015) dan Hasibuan (2019) mengonfirmasi bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 2 (H2): Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Metodologi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. JMA Furniture Klaten yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Ketika populasi berukuran besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka pengambilan sampel menjadi alternatif yang tepat (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode accident sampling. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 96 responden. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel

independen dan variabel dependen.

- 1) Variabel independen (*Independent Variable*) merupakan variabel bebas yang memengaruhi atau menjadi sebab perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2016). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari desain produk (X1) dan kualitas produk (X2).
- 2) Variabel dependen (*Dependent Variable*) adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Model analisis data yang diterapkan meliputi uji asumsi klasik dan regresi linear berganda. Selain itu, pengujian hipotesis dilakukan secara parsial menggunakan uji t, pengujian simultan menggunakan uji F, serta pengukuran koefisien determinasi (R^2). Semua analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi product moment dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha. Hasil uji Cronbach's Alpha menunjukkan nilai sebagai berikut: variabel desain sebesar 0,820, kualitas produk sebesar 0,793, dan keputusan pembelian sebesar 0,827. Semua nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut valid.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi memiliki distribusi data yang normal (Ghozali, 2011). Distribusi data yang normal atau mendekati normal merupakan syarat penting dalam analisis regresi. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai statistik sebesar 0,080 dengan signifikansi 0,278. Karena nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi (Ghozali, 2011). Hasil uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel desain dan kualitas produk masing-masing lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel desain adalah 2,365 dengan nilai tolerance 0,423, sedangkan untuk variabel kualitas produk nilai VIF sebesar 1,693 dengan tolerance 0,591. Karena nilai VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model yang digunakan.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,547X_1+0,372X_2+e$$

Dimana:

- 1) Koefisien regresi untuk variabel desain (X_1) sebesar 0,547 dengan arah positif, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada desain akan meningkatkan keputusan pembelian (Y).
- 2) Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,372, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada kualitas produk juga akan meningkatkan keputusan pembelian.

Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. Nilai t tabel dengan derajat kebebasan (df)

$= 91$ adalah 1,98638. Hasil uji t sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Desain terhadap Keputusan Pembelian
Nilai t hitung sebesar $7,314 > 1,986$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture.
- 2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
Nilai t hitung sebesar $5,749 > 1,986$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture.

Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model secara simultan (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai F hitung sebesar 84,682 dengan nilai F tabel 2,31 ($df = 91$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel desain dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model (Ghozali, 2011). Nilai Adjusted R^2 yang diperoleh sebesar 0,805 atau 80,5%. Artinya, 80,5% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel desain dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 19,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel penelitian ini.

Pembahasan

Hasil perhitungan hipotesis pertama menunjukkan bahwa desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture, dengan koefisien regresi sebesar 0,547 dan nilai t hitung $7,314$ yang lebih besar dari t tabel $1,986$ pada tingkat signifikansi $0,002 (< 0,05)$. Temuan ini sejalan dengan teori Kotler & Keller (2008)

yang menyatakan bahwa desain merupakan keseluruhan fitur yang memengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk sesuai kebutuhan pelanggan. Desain produk berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, terutama pada produk ritel, busana, kemasan, dan peralatan tahan lama. Produk yang dirancang dengan baik tidak hanya memudahkan proses produksi dan distribusi bagi perusahaan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pelanggan melalui kemudahan penggunaan dan estetika. Penelitian ini juga mendukung temuan Firdaus & Budi (2015) serta Nuha & Sutopo (2015) yang menyatakan bahwa desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selanjutnya, hasil hipotesis kedua mengungkapkan bahwa kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi 0,372 dan nilai t hitung 5,749 yang melebihi t tabel 1,986 pada signifikansi 0,001 (< 0,05). Sesuai dengan definisi Kotler & Keller (2008), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang menentukan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Kualitas produk menjadi alat strategis bagi pemasar dalam menentukan posisi produk di pasar. Perusahaan wajib memilih tingkat kualitas yang tepat agar dapat mempertahankan atau meningkatkan posisi produk di pasar sasaran. Temuan ini konsisten dengan penelitian Firdaus & Budi (2015) dan Hasibuan (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: pertama, variabel desain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. JMA Furniture. Kedua, variabel kualitas produk juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di perusahaan tersebut. Ketiga, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai Adjusted R Square

sebesar 80,5%, yang berarti bahwa variabel desain (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 80,5% variasi keputusan pembelian (Y). Sementara itu, sebesar 19,5% variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Daftar Pustaka

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, 6(1), 660-669.
- Arifin, A., Widayanto, M. T., & Hermanto, H. (2017). Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ecobuss*, 5(2), 10-21.
- Desain, K. P. (2023). Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Serba Alumunium. *Journal of Business & Management*, 5(2), 98-109.
- Firdaus, F., & Sudaryanto, B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sarung Tinju Merek "An-Da" Di Jawa Tengah. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 326-339.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi multivariate dengan program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 68.
- Hananto, D. (2021, October). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*.
- Hasibuan, M. Z. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada cv. Sutan jepara mebel laut dendang deli serdang. *Bisnis-Net Jurnal*

- Ekonomi dan Bisnis*, 2(1).
<https://doi.org/10.46576/bn.v2i3.423>.
- Irda, I., Rosha, Z., & Titipani, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 5(2).
- Kotler, P., Armstrong, G., Yati Sumiharti, S. E., & Imam Nurmawan, S. E. (1999). Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. *Alfabeta*, Bandung.
- Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan*, 1(1), 59-67.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i8.6157>.
- Wicaksana, G. W. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, FITUR DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA PT. ANUGERAH PUTRA SIASTAN. *Jurnal Valtech*, 2(2), 34-40.
- Willson, M. A., Komariah, N. S., & Anas, H. (2025). Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ventela:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 3(8), 331-339.