

## Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik “Bu Dar”

Arindah Triska Afandi<sup>1</sup>; Imam Baidlowi<sup>2</sup>; Agoes Hadi Poernomo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Majapahit

Corresponding Author: [triskaarindah27@gmail.com](mailto:triskaarindah27@gmail.com)

**Abstract** The Indonesian region has a variety of cultures and a variety of arts. One of the famous cultural heritage is batik. Batik is a cultural heritage from our ancestors since ancient times which was born as a work of art that has a philosophy about the meaning of life. Batik is an Indonesian heritage that really needs to be preserved because batik is a typical Indonesian textile that has motifs that have high artistic value. Batik that is traded has attractiveness through design, quality, price and other aspects that influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of product design, product quality, and product prices on purchasing decisions for Mojokerto typical batik in the "Bu Dar" batik industry. This study uses a quantitative method with a sample of 100 respondents with the help of IBM SPSS. The results of this study indicate that partially the product design variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of 2.281 > t-table 1.661 with a sig value of 0.025 < 0.050 (5%), partially product quality variable has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of 2.483 > t table 1.661 with a sig value of 0.015 < 0.050 (5%), partially product price variable has a positive and significant effect on decisions purchases with a t value of 6.445 > t table of 1.661 with a sig value of 0.000 < 0.050 (5%), while simultaneously the variables Product Design, Product Quality, and Product Price have a positive and significant effect on purchasing decisions for "Bu Dar" Batik with an F count of 54.167 > F table 2.699 with a sig value of 0.000.

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

**Abstrak** Wilayah Indonesia memiliki beragam kebudayaan dan beragam seninya. Salah satu warisan budaya yang terkenal adalah batik. Batik merupakan warisan budaya dari nenek moyang sejak zaman dahulu yang terlahir sebagai seni karya yang mempunyai filosofi terhadap makna kehidupan. Batik merupakan warisan Indonesia yang sangat perlu dilestarikan karena batik merupakan tekstil khas Indonesia yang memiliki motif yang memiliki nilai seni yang tinggi. Batik yang diperjualbelikan memiliki daya tarik melalui desain, kualitas, segi harga dan lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik “Bu Dar”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 100 responden dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,281 > t tabel 1,661 dengan nilai sig 0,025 < 0,050 (5%), secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,483 > t tabel 1,661 dengan nilai sig 0,015 < 0,050 (5%), secara parsial variabel harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 6,445 > t tabel 1,661 dengan nilai sig 0,000 < 0,050 (5%), sedangkan secara simultan variabel Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik “Bu Dar” dengan nilai F hitung 54,167 > F tabel 2,699 dengan nilai sig 0,000.

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

### 1. PENDAHULUAN

Wilayah Indonesia memiliki beragam kebudayaan dan beragam seninya. Salah satu warisan budaya yang terkenal adalah batik. Batik merupakan warisan budaya dari nenek moyang sejak zaman dahulu yang terlahir sebagai seni karya yang mempunyai filosofi terhadap makna kehidupan. Batik merupakan warisan Indonesia yang sangat perlu dilestarikan karena batik merupakan tekstil khas Indonesia yang memiliki motif yang memiliki nilai seni yang

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 2, 2023; Accepted Agustus 15, 2023

\* Arindah Triska Afandi, [triskaarindah27@gmail.com](mailto:triskaarindah27@gmail.com)

tinggi. Batik yang diperjualbelikan memiliki daya tarik melalui desain, kualitas, segi harga dan lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

Batik merupakan salah satu identitas dari negara Indonesia. Kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi dan menjadi warisan budaya Indonesia salah satunya adalah batik, produk kebanggaan dari sisi produk tekstil di Indonesia. Batik dibuat di banyak daerah di Indonesia dan memiliki motif yang beragam yang menampilkan ciri khas dari masing-masing daerah tempat batik tersebut berasal. Batik yang dihasilkan pada setiap daerah dinilai mampu memberikan input bagi masyarakat produsen batik sampai pada para pedagang batik skala besar maupun skala kecil. (Sholihah et al., 2022)

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan dari seorang konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. "Pengambilan keputusan (consumer decision making) adalah proses dimana seorang konsumen mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih di antara salah satunya". Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen Ketika melihat suatu produk dan memilih beberapa produk tersebut yang akhirnya akan memutuskan untuk membeli dan menggunakan suatu produk tersebut.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan dengan berbagai pilihan berupa barang barang atau jasa yang dapat mereka beli.

Selain produk berkualitas tinggi, desain merupakan faktor lain yang dicari konsumen saat melakukan keputusan pembelian. Desain produk adalah satu aspek yang membentuk sebuah citra, Desain yang unik dan efektif memiliki kemampuan untuk menarik pelanggan dan tentunya akan meninggalkan kesan positif pada suatu produk. Desain produk menjadi semakin penting bagi konsumen sebelum mereka melakukan pembelian, seiring dengan perkembangan era modern. Hal ini menyulitkan pengusaha untuk membuat desain yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan (Suari et al., 2019).

Pada dasar utamanya harga juga mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk dikarenakan harga yang bersaing akan diminati oleh konsumen. Harga merupakan salah satu atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya persaingan harga dari berbagai merek yang tersedia di pasar, sehingga konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para konsumen untuk

memutuskan untuk membeli pada berbagai jenis barang dan jasa. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

## **2. LANDASAN TEORI**

### **Desain Produk**

Desain produk adalah suatu alat manajemen kegiatan dan pengembangan yang terencana dan dilakukan sebelum adanya proses rancangan suatu produk yang akan dibuat dan di jual untuk menghasilkan laba. Desain produk adalah pengembangan produk (barang), yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen Brotuo dan Margaret,(Putri Ayu Wulandari, 2021).

### **Indikator Desain Produk**

Menurut Azany 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 Azany 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 dengan permintaan costumer.
3. Desain Mengikuti Trend : Model atau desain produk mengikuti perkembangan zaman mulai dari warna, bentuk dan ukuran.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk adalah “kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya”.(Firmansyah, 2018)

### **Indikator Kualitas Produk**

Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki enam dimensi sebagai berikut:

#### **1.Kinerja (performance)**

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh prefensi pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

## **2. Ketahanan atau daya tahan (durability)**

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

## **3. Kesesuaian (conformance)**

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan, yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan yang lain.

## **4. Keragaman produk (features)**

Dapat terbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya sering diukur secara subyektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan terhadap suatu kualitas produk (jasa). Dengan demikian, perkembangan suatu kualitas produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri pasar.

## **5. Keandalan (reliability)**

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (malfunction) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan suatu kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak andal mengalami kerusakan.

## **6. Estetika (aesthetics)**

Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan suatu produk, rasa maupun bau. Dengan demikian estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

## **Harga Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong, pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. (Haryati, 2023)

## **Indikator Harga**

Indikator Harga Indikator harga Menurut Suparyanto dan Rosad dalam (Milano, Sutardjo and Hadya, 2021) adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga Merupakan kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya agar dapat memenuhi keinginannya akan suatu produk
2. Kesesuaian harga Kualitas produk yang diperoleh sebanding atau lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan
3. Daya saing harga Kemampuan perusahaan dalam menentukan harga yang dapat bersaing dengan harga produk yang lain yang ada dipasaran
4. Kesesuaian harga dengan manfaat Manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

## **Keputusan Pembelian**

Keputusan Pembelian Menurut Tjiptono dalam (Triwidyati et al., 2023) bahwa keputusan pembelian merupakan bentuk keputusan dalam menentukan produk dan jasa yang akan dibeli dengan melalui serangkaian proses yang dimulai dengan mengenal kebutuhan dan keinginan, dilanjutkan dengan pencarian informasi produk yang berhubungan dengan kebutuhannya, melakukan evaluasi produk tentang seberapa baik dalam memecahkan masalahnya terkait dengan kebutuhan yang diinginkan.

### **Indikator keputusan pembelian**

Terdapat enam indikator keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong) sebagai berikut:

#### 1. 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 yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

#### 2. Pilihan merek.

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek yang terpercaya.

#### 3. Pilihan lokasi

Konsumen harus mengambil keputusan tentang lokasi mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda dalam hal menentukannya bisa dikarenakan faktor lokasi, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, keluasan tempat dan lain sebagainya.

#### 4. Jumlah pembelian.

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu jenis produk.

#### 5. Waktu pembelian.

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya : ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau sebulan sekali dan lain-lain.

#### 6. Metode pembayaran.

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya aspek budaya, lingkungan, dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi baik di dalam maupun di luar rumah.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data menggunakan beberapa teknik yaitu sebagai berikut: melakukan observasi atau pengamatan, wawancara dengan owner secara langsung, melakukan penyebaran angket (kuesioner). Populasi pada obyek ini tidak dapat diketahui maka dari itu peneliti menggunakan rumus lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel. Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan dan pilihan jawaban dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dan data dari responden secara langsung, skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert dengan skor nilai 1-4. Adapun Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji instrumen ( uji validitas , uji realibilitas), uji asumsi klasik ( uji normalitas, uji heteroskadastisitas, uji multikoliearitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t, uji F, koefisien determinasi  $R^2$ ).

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### Uji instrumen

##### A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan (kuesioner) dalam mendefinisikan suatu variabel. Jika nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka butir kuesioner valid dan jika nilai  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel, maka kuesioner tidak valid. Nilai  $r$ -tabel

diketahui dengan cara membaca r-tabel, yaitu  $n-2 = 100 - 2 = 98$ . Peneliti menggunakan One tailed, atau sering disebut uji satu arah, maka r-tabel sebesar 0.1654.

**Tabel 1** Validitas Variabel Penelitian

NO	Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	<b>DESAIN PRODUK</b>	X1	0,412	0.1654	Valid
		X2	0,414		Valid
		X3	0,284		Valid
		X4	0,310		Valid
		X5	0,346		Valid
2	<b>KUALITAS PRODUK</b>	X1	0,557	0.1654	Valid
		X2	0,610		Valid
		X3	0,602		Valid
		X4	0,630		Valid
		X5	0,490		Valid
		X6	0,671		Valid
3	<b>HARGA PRODUK</b>	X1	0,447	0.1654	Valid
		X2	0,512		Valid
		X3	0,593		Valid
		X4	0,670		Valid
		X5	0,647		Valid
		X6	0,622		Valid
4	<b>KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>	Y1	0,535	0.1654	Valid
		Y2	0,535		Valid
		Y3	0,644		Valid
		Y4	0,632		Valid
		Y5	0,669		Valid
		Y6	0,611		Valid

Dari tabel 1 diatas berdasarkan pengujian pada tabel validitas diketahui bahwa dari 23 pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki r-hitung lebih besar dari r-tabel (0.1654) Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid

#### B. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah kuisioner yang diujikan reliable dalam memberikan hasil pengukuran. Untuk menguji reabilitas instrumen, dalam penelitian ini menggunakan metode Alpha-Cronbach atau koefisien alpha dengan bantuan SPSS 22. Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah Cronbach Alpa  $> 0,60$

**Tabel 2** Uji Reabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Crobach Alpha	N of Item
Desain Produk(X1)	0. .663	5
Kualitas Produk(X2)	0. .627	6
Harga Produk(X3)	0. 614	6
Keputusan Pembelian (Y)	0. 650	6

Berdasarkan dari tabel 2 diatas menunjukkan bahwa data yang diolah menggunakan SPSS dinyatakan reliabel, dengan nilai Cronbach's alpha lebih besar dari nilai alpha(0,60).

Uji Asumsi Klasik

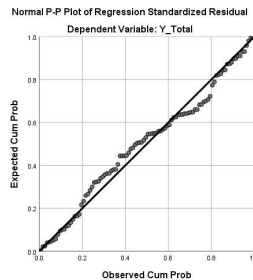
A. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode pengujian menggunakan yaitu metode grafik dan uji Kolmogorov-smirnov  $> 0,05$ .

**Tabel 3** Uji Normalitas

No	Asymp Significance	Taraf Signifikansi	Keterangan
1	0,113	0,05	Normal

Berdasarkan data pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai Signifikansi adalah sebesar  $0,113 > 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada data penelitian ini berdistribusi normal. Untuk mengetahui lebih jelasnya, maka dapat dilihat pada grafik P-plot uji normalitas dibawah ini :



B. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regrasi ditentukan adanya antara satu atau semua variabel bebas (independen). Metode yg digunakan adalah VIF ( Variance Inflation Factor ) dan tolerance.

1. Variance Infation Factor (VIF)  $> 10$  dan Tolerance value  $< 0,1$  maka terjadi multikolinearitas.
2. Variance Infation Factor (VIF)  $< 10$  dan Tolerance value  $\geq 0,1$  maka tidak terjadi multikolinearitas.



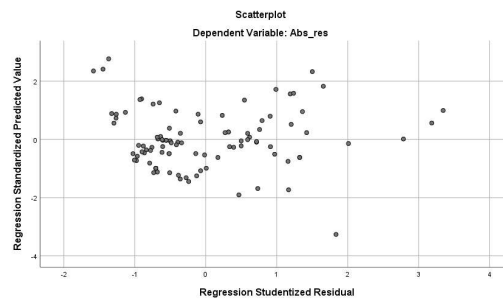
**Tabel 4** Uji Multikolinearitas

No	Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Desain Produk	0,782	1,279	Tidak terjadi multikolinearitas
2	Kualitas Produk	0,565	1,770	Tidak terjadi multikolinearitas
3	Harga Produk	0,524	1.907	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dilihat bahwa dari semua variable independent  $VIF < 10$  dan nilai tolerance  $> 0,10$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**C. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji ini dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dan SRESID (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik.



Hasil Uji Heteroskedastisitas di atas pada grafik scatterplot bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**D. Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 5** Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.326	1.454		.913	.364		
	X1_Total	.180	.079	.160	2.281	.025	.782	1.279
	X2_Total	.221	.089	.205	2.483	.015	.565	1.770
	X3_Total	.553	.086	.554	6.445	.000	.524	1.907

a. Dependent Variable: Y\_Total

Model persamaan regresi Linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 1.326 + 0.180X_1 + 0.221X_2 + 0.553X_3 + e$$

- 1) *Constant* = 1.326 yang memiliki makna jika variabel desain produk, kualitas produk dan harga produk tidak berubah atau bernilai 0, maka kinerja karyawan akan meningkat sebesar 1.326.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel Desain Produk ( $X_1$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,180. Hal ini menunjukkan jika Desain Produk mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,180 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,221. Hal ini menunjukkan jika Kualitas Produk mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,221 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- 4) Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga Produk ( $X_3$ ) memiliki nilai positif sebesar 0,553. Hal ini menunjukkan jika Harga Produk mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,553 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

#### E. Uji Hipotesis (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas/independen  $X_1$  (Desain Produk),  $X_2$  (Kualitas Produk) dan  $X_3$  (Harga Produk) secara parsial terhadap variabel terikat/dependen Y (Keputusan Pembelian).

Berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) :

- a. Jika  $Sig > 0,05$  maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
- b. Jika  $Sig < 0,05$  maka ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Berdasarkan nilai t tabel :

- a.  $t_{hitung} > t_{table}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- b.  $t_{hitung} < t_{table}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

T-tabel dapat dicari pada tabel statistic dengan rumus  $t = (a; (df=n-k))$  atau  $(0,05; (100-4)) = (0,05; 96)$ . (a adalah taraf signifikansi, n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variable). Dapat diketahui bahwa t-tabel sebesar 1,661. Berdasarkan tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa:

Variabel Independen	t-hitung	signifikansi
Desain Produk	2.281	0.025
Kualitas Produk	2.483	0.015
Harga Produk	6.445	0.000

- Hipotesis pertama (H1) : Pada variabel Desain Produk(X1) menghasilkan nilai signifikansi  $0.025 < 0,05$  dan menghasilkan nilai t hitung  $2.281 > t$  tabel 1.661 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti **Terdapat pengaruh Positif pada Desain Produk, terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Khas Kota Mojokerto**
- Hipotesis kedua (H2) : Pada variabel Kualitas Produk (X2) menghasilkan nilai signifikansi  $0,015 < 0,05$  dan menghasilkan nilai t hitung  $2.483 > t$  tabel 1.661 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti **Terdapat pengaruh Positif pada kualitas Produk, terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Khas Kota Mojokerto**
- Hipotesis ketiga (H3) : Pada variabel Harga Produk (X2) menghasilkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan menghasilkan nilai t hitung  $6.445 > t$  tabel 1.661 maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima yang berarti **Terdapat pengaruh Positif pada Harga Produk, terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Khas Kota Mojokerto**

F. Uji Hipotesis Simultan Model F

**Tabel 6** Uji Model F

Pengambilan keputusan dari hasil perhitungan yaitu apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $< 0,05$ ) dan Fhitung lebih besar daripada Ftabel ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ). Maka Ho ditolak dan Ha akan diterima yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan,

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.513	3	101.838	54.167	.000 <sup>b</sup>
	Residual	180.487	96	1.880		
	Total	486.000	99			
a. Dependent Variable: Y_Total						
b. Predictors: (Constant), X3_Total, X1_Total, X2_Total						

Dapat dilihat pada tabel diatas nilai F hitung sebesar (54,167) > nilai F tabel (2,699) dengan tingkat sig 0,000 maka H4 diterima dan H0 ditolak sehingga dapat ditarik kesimpulan pada hipotesis keempat yang berarti Terdapat pengaruh Positif pada Desain Produk,Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Batik Khas Kota Mojokerto.

G. Uji Delta Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas yang diteliti X1(Desain Produk), X2 (Kualitas Produk) dan X3 (Harga Produk) terhadap variabel terikat Y(Keputusan Pembelian pada Batik Khas Kota Mojokerto). dapat dari nilai R Square pada tabel dibawah ini :

**Tabel 7** Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.629	.617	1.371
a. Predictors: (Constant), X3_Total, X1_Total, X2_Total				
b. Dependent Variable: Y_Total				

Hasil hitung berdasarkan tabel 4.8 diketahui Besar kontribusi keseluruhan dari variabel Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga Produk (X3) dalam memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada batik khas kota Mojokerto (Y) yaitu 0,629. Hal ini menyatakan bahwa Desain Produk (X1), kualitas Produk (X2) dan Harga Produk (X3) memberikan pengaruh terhadap

Keputusan Pembelian pada batik khas kota Mojokerto (Y) sebesar 0,629 atau 62,9% sedangkan sisanya sebesar 37,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar ketiga variabel independen yang tidak masuk dalam penelitian ini.

#### 4. PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini menguraikan variabel independent Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga Produk (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) serta karakteristik responden Batik "Bu Dar"

1) Pengaruh variabel Desain Produk (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara parsial variabel Desain Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Diperoleh nilai t hitung variabel Desain Produk (X1) sebesar  $2,281 > t$  tabel  $1,661$  dengan tingkat signifikansi  $0,25$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Secara teori Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. Pada penelitian ini sesuai dengan hasil kuesioner yang di sebarakan bahwa desain produk pada batik "Bu Dar" terdapat banyak pilihan desain dan warna batik yang di tawarkan , desain motif dan ragam warna juga dapat dipesan sesuai permintaan konsumen dan desain motif dan warna batik "Bu Dar"

mengikuti trend pasar, sehingga terdapat pengaruh Desain Produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fenny (2022), dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian kain batik pada Riyanti Boutique” Penelitian tersebut menyatakan bahwa variable desain produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik pada Riyanti Boutique.

2) Pengaruh variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan pembelian(Y) .

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara parsial variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Diperoleh nilai t hitung sebesar  $2,483 > t$  tabel (1,661) dengan signifikansi 0,015 yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Secara teori kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya antara lain yaitu daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan perbaikan serta atribut lain. Pada penelitian ini sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner bahwa Batik “Bu Dar” memiliki karakter produk yang lebih baik, bertahan lama, ketepatan pada desain motif warna dan waktu, mempunyai keunikan desain motif dan warna, serta Batik “Bu Dar” memiliki reputasi yang baik sehingga terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Haryati (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi di Muara Bulian ( studi kasus konsumen batik jambi maryana muara bulian)”. Penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Jambi di Muara Bulian.

3) Pengaruh variabel Harga Produk (X3) terhadap Keputusan pembelian(Y).

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara parsial variabel Harga Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil analisis pengujian variabel Harga Produk (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar  $6,445 > t$  tabel (1,661) dengan signifikansi 0,000 yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Secara teori harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Pada penelitian ini sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner bahwa harga Batik “Bu Dar” terjangkau dan bersaing, harga Batik “Bu Dar” bervariasi sesuai dengan proses pembuatan, dan harga Batik “Bu Dar” juga sesuai dengan manfaat. sehingga terdapat pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Milano, A., Sutardjo, A. and Hadya, R. (2021) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian". Penelitian tersebut menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Baju Batik Di Toko Florensia.

4) Pengaruh variabel Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga Produk (X3) terhadap Keputusan pembelian(Y).

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh secara simultan variabel Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga Produk (X3) terhadap Keputusan pembelian(Y). Diperoleh nilai F hitung sebesar  $2,699 > F$  tabel sebesar 54.167 dengan signifikansi 0,000. yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Secara teori keputusan pembelian merupakan bentuk keputusan dalam menentukan produk dan jasa yang akan dibeli dengan melalui serangkaian proses yang dimulai dengan mengenal kebutuhan dan keinginan, dilanjutkan dengan pencarian informasi produk yang berhubungan dengan kebutuhannya, melakukan evaluasi produk tentang seberapa baik dalam memecahkan masalahnya terkait dengan kebutuhan yang diinginkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Djoko Hananto (2021) dengan judul menyatakan bahwa variabel Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisa data terhadap pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Produk terhadap keputusan pembelian Batik Khas Kota Mojokerto dapat ditarik kesimpulan bahwasannya:

- 1) Desain Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik "Bu Dar".
- 2) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik "Bu Dar".
- 3) Harga Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik "Bu Dar".
- 4) Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Khas Kota Mojokerto Pada Industri Batik "Bu Dar".

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Sholihah, F.I. *et al.* ,2022. 'Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian kain batik', 4(1), pp. 44–55.
- Putri Ayu Wulandari ,2021. 'Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember', *Digital Repository Universitas Jember*, (September 2019), pp. 2019–2022.
- Ariela, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Firmansyah, B. ,2018. 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), pp. 1–9.
- Milano, A., Sutardjo, A. and Hadya, R. ,2021. 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko "Florensia"', *Jurnal Martua*, VOL. 3 NO.(1), p. 17. Available at: <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- Haryati, D. ,2023. 'PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK JAMBI DI MUARA BULIAN ( STUDI KASUS KONSUMEN BATIK JAMBI MARYANA MUARA BULIAN )', 2(2), pp. 80–90.
- Triwidyati, E. *et al.* ,2023. 'Tulungagung Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Satrio Manah Tulungagung', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), pp. 444–454.
- Pasaribu, V.L. ,2022. 'Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS', *Business Management Journal*, 18(1), p. 37. doi:10.30813/bmj.v18i1.2829.