

## PEGARUH DESAIN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN KEMBANG IMANUEL KOTAMOBAGU

Billy Kurniawan Harisondak<sup>1</sup>; Jumie S.L Mokoginta<sup>2</sup> dan Sicilya C. Mokoginta<sup>3</sup>

Universitas Dumoga Kotamobagu<sup>1,2,3</sup>

\*[Billykharisondak13@gmail.com](mailto:Billykharisondak13@gmail.com)

**Abstract** Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pendekatan deskriptif-asosiatif, yang mencoba membangun hubungan antara variabel penelitian dengan cara yang ilmiah, digunakan untuk melakukan penelitian. Metode penelitian Untuk mengumpulkan bahan penelitian, pendekatan survei yang ditargetkan pada konsumen bisnis digunakan. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur variabel. Ini mencoba untuk memberikan gambaran luas tentang seberapa besar pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Perusahaan Kembang Immanuel Kotamobagu melalui penelitian dan survei mitra. Penelitian ini memiliki 15 item, sehingga  $15 \times 4 = 60$  responden dimasukkan dalam analisis. Hasil Penelitian Desain. produk dan kualitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kembang Immanuel Kotamobagu. Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kembang Immanuel Kotamobagu. Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian di Kembang Immanuel Kotamobagu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa  $F_{hitung} 6,995 > F_{tabel}$  yaitu hanya 3,150, hal ini berarti desain dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Immanuel Flower Company. Pada uji parsial (uji-t), dimana hasil analisis di atas memberikan nilai  $t$  hitung variabel desain sebesar  $(2,493) > t_{tabel} (2,002)$ , maka hipotesis nol ditolak. Oleh karena itu, desain memiliki efek parsial pada keputusan pembelian. Demikian. .pula..untuk variabel kualitas produk  $t$  hitung kualitas produk  $(2,141) > t_{tabel} (2,002)$ , sehingga menolak hipotesis nol.

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

## PENDAHULUAN

Tumbuhnya pertumbuhan ekonomi melalui tumbuhnya bisnis dan perkantoran baru semakin meningkatkan kebutuhan akan bunga kardus sebagai bahasa universal bisnis. Pengrajin bunga meja terus mengembangkan usaha kartu ucapannya. Aneka bunga, warna font, warna dasar bunga dan format font yang seringkali juga memuat logo perusahaan, senantiasa disesuaikan dengan perkembangan trend yang dibutuhkan pelanggan.

Papan bunga memainkan peran penting dalam perayaan pernikahan. Karena itu, hampir tidak ada upacara pernikahan yang lengkap tanpa papan bunga. Bisnis dengan piring bunga menjadi semakin menarik. Kesadaran pengusaha Medan terhadap korespondensi papan ucapan bunga semakin meningkat. Sangat sedikit orang yang memposting karangan bunga dari papan ini. Ada banyak jenis ucapan selamat pada plakat bunga, misalnya, ulang tahun, pernikahan, selamat sukses, selamat mendapatkan rumah baru, selamat menikah, selamat khitanan, peresmian gedung dan ungkapan belasungkawa.

Keinginan masyarakat untuk mengirimkan gambar bunga memunculkan peluang bisnis yang menjanjikan. Jika ada yang mencoba untuk mencoba toko ini. Keberuntungan yang ia dapatkan dalam bisnis bunga papan ini adalah harga bunga dalam sekali pemesanan cukup mahal dan jika anda mencoba bisnis bunga papan maka keuntungan besar sudah di

depan mata dan anda harus memiliki modal kreatif yang tinggi dan banyak ide untuk merubahnya. . bentuk papan bunga agar pelanggan tidak bosan.

Penyajian dan tampilan produk unggulan dengan daya tarik tersendiri yang mampu menarik minat pelanggan dikenal dengan sebutan desain produk. Produk baru termasuk dalam dimensi desain produk; mengembangkan konsep; perlawanan; gaya dan sebaliknya Wahyuni (2017:21).

Ketika kualitas suatu produk memenuhi standar kualitas yang ditentukan atau melebihi harapan konsumen atau pelanggan, itu dianggap berkualitas tinggi. Product Capability, Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics (estetika/keindahan), dan Durability adalah semua dimensi kualitas produk Daulay, (2017:15).

untuk memuaskan preferensi dan kebutuhan pelanggan dalam hal pembelian atau pemilihan produk. Saat melakukan pembelian, ada lima peran berbeda yang dapat dimainkan seseorang yakni Daulay, (2017:21). :

(1). Awal. Orang yang pertama kali mengungkapkan kebutuhan atau keinginan yang belum terpenuhi dan menyarankan untuk membeli produk atau layanan tertentu dikenal sebagai inisiator. 2) Influencer individu yang membantu pembeli dalam mengambil keputusan dengan memberikan wawasan, bimbingan, atau opini. 3). Orang yang membuat keputusan pembelian, seperti apa yang akan dibeli, bagaimana cara membeli, dan di mana membeli, disebut sebagai pengambil keputusan. 4). Pembeli (pembeli) menyerupai pembeli kehidupan nyata. 5). Orang yang menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa yang dibeli disebut sebagai pengguna.

Titik awal. Seorang Pemrakarsa adalah seseorang yang secara alami muncul dengan gagasan untuk membeli barang atau jasa tertentu atau yang menciptakan kebutuhan atau keinginan yang belum terpenuhi. (2) Influencer individu yang menawarkan pemikiran, rekomendasi, atau wawasan untuk kontak dalam kurasi (3). Pengambil Kesudu apakah akan membeli, apa yang dibeli, bagaimana cara membeli, atau dimana membeli, karena berkaitan dengan mereka yang melakukan pembelian. (empat). Pembeli (buyer) menyukai pelanggan yang benar-benar melakukan pembelian. (lima). seseorang yang makan atau memanfaatkan produk atau jasa yang telah mereka beli.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran kami kepada pemilik usaha kecil adalah untuk mempertimbangkan masalah yang berkaitan dengan pengembangan desain produk untuk memastikan bahwa gaya, warna, dan desain berbeda dan kualitas produk yang ditawarkan ditingkatkan dan dirasionalisasi. untuk memastikan bahwa harga yang wajar ditawarkan. kualitas produk. produk.

Omzet perusahaan turun selama bulan Januari seperti terlihat pada tabel penjualan. Penulis bekerja sebagai karyawan di perusahaan bunga Immanuel. Berdasarkan pengamatan penulis, desain produk yang dibuat perusahaan Immanuel terlihat biasa saja, dengan standar kualitas yang sama dan dipertahankan selama beberapa tahun. Namun, penulis khawatir bahwa kemungkinan besar pelanggan akan berkurang karena faktor-faktor yang dia sebutkan di atas. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis ingin menulis sebuah skripsi. Pilihan pembelian Immanuel Kotamobagu Flower Company dipengaruhi oleh kualitas dan desain produk.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Kualitas Produk**

Arumsari (2012:44). Sebagian besar item termasuk dalam salah satu dari empat kategori kualitas: sangat rendah, rata-rata, layak, atau bagus. Beberapa karakteristik di atas

dapat diukur. Handoko (2002:23). Kualitas produk mengacu pada keadaan produk sebagaimana ditentukan oleh evaluasi kesesuaian dengan standar pengukuran yang diakui. Kualitas produk dinilai berdasarkan seberapa dekat dengan kriteria yang telah ditetapkan. Perusahaan dapat mendatangkan manfaat, kecuali untuk pelestarian. Keuntungan, perusahaan mendapatkan kepercayaan konsumen.

### **Dimensi dan Indikator Kualitas Produk**

Pelanggan selalu menghargai efisiensi suatu produk, yang ditunjukkan dengan kemampuan produk untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan segala atributnya untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli produk tersebut.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli atau dibelanjakan uang biasanya bergantung pada keinginan mereka untuk menafkahi keluarga mereka, serta pada harga yang mereka harapkan untuk dibayar, informasi yang dapat mereka akses, dan keuntungan atau layanan yang mungkin dihasilkan oleh suatu produk. Sumarwan (2011:377). Apa yang harus dibeli, apakah akan membelinya atau tidak, kapan membelinya, di mana membelinya, dan bagaimana cara membayarnya adalah contoh pilihan yang dilakukan pelanggan saat melakukan pembelian. Utami (2010:67). Perilaku konsumen didefinisikan sebagai perilaku yang melibatkan perencanaan, perolehan, dan pengidentifikasian barang dan jasa yang diantisipasi konsumen dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

### **Proses Keputusan Konsumen yang Berbeda**

Saat memilih solusi untuk suatu masalah, konsumen dapat dikategorikan ke dalam berbagai kategori.

#### **1. Pemecahan masalah yang berkepanjangan.**

Pengambilan keputusan konsumen dapat dipaksa untuk mengatasi tantangan penskalaan jika mereka diberi jumlah tak terbatas dari apa yang dilihat sebagai angka sederhana untuk dinilai atau tidak ada kriteria yang digunakan untuk menilai produk atau merek tertentu dalam kategori tersebut. Sumarwan (2011:360)

#### **2. Pemecahan masalah.**

Konsumen sudah memiliki standar mendasar untuk mengevaluasi berbagai jenis barang dan merek dalam kategori ini, tetapi hanya jika menyangkut penilaian semacam ini. Pelanggan masih belum memiliki preferensi untuk merek tertentu. Sederhananya, konsumen menginginkan lebih banyak informasi untuk membedakan antara banyak merek. Sumarwan (2011:360)

#### **3. Pemecahan masalah secara teratur**

Pelanggan sudah terbiasa dengan barang yang mereka rencanakan untuk dibeli. Kriteria peringkat merek juga ada. Sebagian besar waktu, konsumen hanya melihat apa yang sudah mereka ketahui. Pelanggan memerlukan beberapa detail. Diketahui bahwa pra-konsumen menemukan solusi atas masalah yang dialami konsumen ini berdasarkan pendekatan pengambilan keputusan yang disebutkan di atas.

Saat membeli suatu produk, konsumen mengharapkan dampak tertentu dari pembelian tersebut. Bagaimana harapan ini terpenuhi akan menentukan apakah konsumen puas atau tidak puas dengan pembelian. Dengan simpulan ditulis penulis pun menyimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen tentunya berperan sebagai suatu acuan untuk atau

dalam membantu konsumen terkait memahami dan lebih memperhatikan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa.

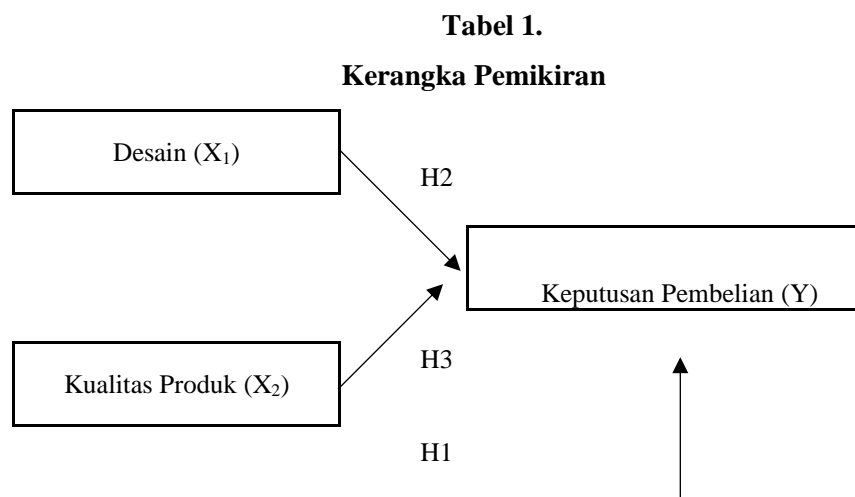
### Hubungan Desain Dan Keputusan Pembelian.

Mahmud & Alfianto (2014:3) Desain produk adalah sekumpulan fitur yang memengaruhi tampilan, nuansa, dan fungsionalitas suatu produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

### Hubungan Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian

Produk yang paling memenuhi standar seseorang (misalnya, kualitas yang dirasakan) adalah produk yang memiliki kualitas tertinggi. Kualitas ada di mata yang melihatnya. Menurut perspektif subyektif dan berorientasi pada kebutuhan, berbagai konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang bervariasi, oleh karena itu bagi sebagian orang, kualitas setara dengan tingkat kesenangan yang dirasakan tertinggi. Tentu saja, pilihan yang dibuat oleh satu orang mempengaruhi orang lain juga Tjiptono (2015:117).

### Kerangka Pemikiran



## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Pendekatan deskriptif-asosiatif, yang mencoba membangun hubungan antara variabel penelitian dengan cara yang ilmiah, digunakan untuk melakukan penelitian. Sugiyono (2015), hlm. Penelitian mengenai pengaruh atau keterkaitan antara dua variabel atau lebih dikenal dengan penelitian asosiasi. Penelitian ini berada pada level paling tinggi dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komparatif karena dapat digunakan untuk mengembangkan teori yang dapat menjelaskan, memprediksi, dan mengatur kejadian. Buat gagasan, tingkatkan pemahaman, atau gambarkan sesuatu. Untuk mengumpulkan bahan penelitian, pendekatan survei yang ditargetkan pada konsumen bisnis digunakan. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur variabel. Ini mencoba untuk memberikan gambaran luas tentang seberapa besar pengaruh desain dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Perusahaan Kembang Immanuel Kotamobagu melalui penelitian dan survei mitra.

## Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat, kualitas, atau nilai individu, benda, atau pengejaran yang menunjukkan perubahan tertentu yang disarankan oleh peneliti untuk studi dan kesimpulan. Sugiyono (2014): 32. Desain (X1) dan kualitas produk (X2) merupakan dua faktor independen dalam penelitian ini, sedangkan variabel keputusan pembelian (Y) berfungsi sebagai variabel dependen.

**Tabel 2.**  
**Variabel yang Didefinisikan dan Diukur**

Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan
Desain (X <sup>1</sup> )	1. Penciptaan Produk Baru	Ada atau tidaknya produk baru yang diciptakan
	2. Pengembangan Ide	Perusahaan mengembangkan ide-ide baru
	3. Daya Tahan	Produk memiliki daya tahan yang baik
	4. Keandalan	Produk yang andal
	5. Gaya (style)	Produk mempunyai gaya yg bagus
Kualitas Produk (X <sup>2</sup> )	1. Kemampuan Produk.	Produk memiliki kemudahan dalam penggunaan
	2. <i>Reliability</i> (Kehandalan)	Produk dapat digunakan secara memuaskan dalam waktu dan kondisi tertentu.
	3. <i>Durability</i> (Ketahanan)	Produk dalam usia yang baik dan memiliki pengawetan yang baik.
	4. <i>Serviceability</i> atau kemudahan layanan	Produk memiliki suku cadang sehingga mudah diperbaiki jika terjadi kerusakan
	5. <i>Aesthetics</i> (Estetika/keindahan)	Produk memiliki tampilan yang baik dan indah
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan kebutuhan.	Perusahaan melakukan penegnlalan kebutuhan sesuai mampu menyediakan produk yang sesuai keinginan
	2. Pencarian informasi	Konsumen bisa dengan mudah mendapat informasi tentang produk dari perusahaan Kembang Immanuel
	3. Evaluasi alternatif	Konsumen mengevaluasi alternatif untuk menemukan produk yang mereka yakini menawarkan kepuasan, nilai, dan keuntungan terbesar
	4. Keputusan Membeli	Setelah melakukan evaluasi, konsumen melakukan pembelian
	5. Perilaku setelah pembelian	Harapan konsumen terpenuhi dan merasa puas setelah melakukan pembelian

## Populasi dan Sampel

Sugiyono (2014:73). Sampel adalah bagian dari ukuran dan susunan populasi, oleh karena itu harus mencerminkan populasi secara keseluruhan secara akurat. Sugiyono (2014: 81) Pengambilan sampel probabilitas dan pengambilan sampel non-probabilitas adalah beberapa metode pengambilan sampel yang digunakan. Penulis penelitian ini menggunakan pendekatan non-probability sampling, yang berbeda dari teknik sampling probabilitas karena tidak menjamin kemungkinan yang sama untuk setiap item atau orang dari populasi untuk dipilih sebagai sampel. Rumus tersebut digunakan dalam penelitian ini karena penulis tidak dapat memprediksi dengan pasti berapa banyak klien potensial yang akan dihubungi selama penelitian (Malhorta, 2012: 291). Setidaknya empat sampai lima kali lebih banyak sampel harus digunakan sebagai pertanyaan. Penelitian ini memiliki 15 item, sehingga  $15 \times 4 = 60$  responden dimasukkan dalam analisis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian.

Perusahaan Bunga Immanuel adalah salah satu bunga buatan tangan dan karangan bunga di kota Kotamobagu. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Bumbungon, Desa Gogagoman. Immanuel Flower Company adalah perusahaan yang menjual karangan bunga, dekorasi dan aksesoris pemakaman. Berikut Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah sampel yang digunakan berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pengambilan keputusan yang mendasarinya dapat didasarkan pada probabilitas (signifikansi asimtotik), yaitu:

- 1) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi model regresi normal.
- 2) Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka distribusi model regresi tidak normal.

**Tabel 12.**

### Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

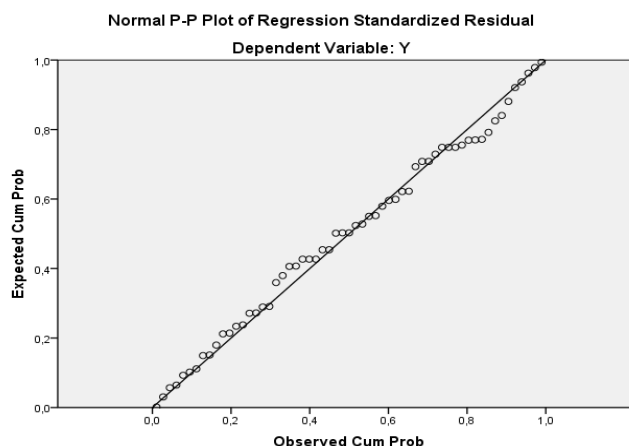
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		X1	X2	Y
N		59	59	59
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	19,81	20,42	20,34
	Std. Deviation	2,813	2,365	2,570
Most Extreme Differences	Absolute	,168	,215	,163
	Positive	,168	,215	,163
	Negative	-,125	-,107	-,109
Kolmogorov-Smirnov Z		1,294	1,653	1,249
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>,070</b>	<b>,078</b>	<b>,088</b>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil olahan data tahun 2023

Dari hasil uji normalitas satu sampel uji Kolmogorov-Smirnov di atas dapat diketahui nilai probabilitas *Asymp. Sig. (2-tailed)* Tiga variabel lebih besar dari 0,05 yang berarti data berdistribusi normal.



**Gambar 1.**  
**Uji Normalitas Probability plot**

1. Jika titik-titik data saling berdekatan atau mengikuti garis diagonal, maka dapat dikatakan residual berdistribusi normal.
2. Jika titik-titik data berjauhan, tersebar, dan tidak mengikuti garis diagonal, dapat dikatakan residualnya tidak normal.

Terlihat bahwa titik-titik data saling berdekatan dan mengikuti garis diagonal yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

#### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Analisis linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh beberapa faktor independen terhadap variabel dependen. Misalnya, analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui dampak disiplin pegawai dan kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat. Hasil dari program SPSS ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Regresi Berganda.**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	0,659	3,112		2,879
	X1	,280	,112	,306	2,493
	X2	,286	,133	,263	2,141

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil pengolahan data tahun 2023



Hasil analisis data di atas mencakup banyak persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$= 0,659 + 0,280X_1 + 0,286X_2$$

Dimana :

- Y = Keputusan Pembelian  
a = Konstanta  
b1 = Koefisien regresi desain  
b2 = Koefisien regresi kualitas produk  
x<sub>1</sub> = Desain  
x<sub>2</sub> = Kualitas Produk

Dari persamaan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa:

- Konstanta a adalah 0,659 yang berarti jika desain dan kualitas produk nol, keputusan pembelian adalah 0,659 unit.
- Konstanta b1 X<sub>1</sub> adalah 0,280 yang berarti jika desain bertambah 1 satuan maka keputusan pembelian akan bertambah sebesar 0,280 satuan.
- dibandingkan dengan Konstanta b2 X<sub>2</sub> adalah 0,284 yang berarti jika kualitas suatu produk meningkat sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,284 satuan.

#### Uji koefisien determinasi R<sup>2</sup>(R Square)

**Tabel 3**  
**Hasil Pengujian untuk Uji Koefisien Determinasi (R Square)**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,447 <sup>a</sup>	,610	,171	2,340

a. Predictors: (Constant), X<sub>2</sub>, X<sub>1</sub>

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data 2023

Tabel ringkasan model di atas menunjukkan bahwa nilai R<sup>2</sup>(R-Square) adalah 0,610. Dengan demikian, kontribusi variabel independen sebesar 61%, sisanya sebesar 39% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang belum diuji.

#### Uji F-Statistik

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen desain (X<sub>1</sub>) dan kualitas produk (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen Keputusan pembelian (Y).

**Tabel 4**  
**Hasil Pengujian Hipotesis untuk uji simultan dengan F-test.**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76,596	2	38,298	6,995	,002 <sup>a</sup>
	Residual	306,624	56	5,475		
	Total	383,220	58			

a. Predictors: (Constant), X<sub>2</sub>, X<sub>1</sub>



#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76,596	2	38,298	6,995	,002 <sup>a</sup>
	Residual	306,624	56	5,475		
	Total	383,220	58			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olahan Data 2023

Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut:

#### Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$H_0: b_1 X_1 = b_2 X_2 = 0$

Artinya desain dan kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan kembang Immanuel.

$H_a: b_1 X_1 \neq b_2 X_2 \neq 0$

Artinya desain dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan kembang Immanuel.

#### Menentukan F hitung dan F tabel.

Nilai dari F hitung adalah 6.995 seperti pada tabel ANOVA

Nilai dari F tabel adalah 3,150 didapat dari memasukan rumus =FINV(0,05,2,60) pada program excel dengan taraf signifikansi sebesar 0,05.

#### Pengambilan Keputusan.

F hitung  $\leq$  F tabel maka  $H_0$  diterima

F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak

#### Kesimpulan

Dari F-tabel yang hanya 3,150 terlihat nilai F hitung sebesar 6,995 $>$ . Dengan demikian hipotesis nol ditolak, artinya desain produk dan kualitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan bunga Immanuel.

#### Uji t

Prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut :

Pengujian Desain ( $X_1$ )

#### Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0 = X_{11} = 0$

Artinya desain tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan kembang Immanuel.

$H_0 \neq X_{11} \neq 10$

Artinya perencanaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan bunga Immanuel.

#### Tentukan tingkat signifikan.

Tingkat signifikansinya adalah 0,05 atau 5%.

#### Tentukan t-hitung dan t-tabel.

Nilai T dari variabel  $X_1$  adalah 2,493, seperti pada tabel koefisien di atas. Tabel T dapat dicari dengan menggunakan rumus =TINV(probability,deg\_freedom) dimana nilai probabilitasnya adalah 0,05, sedangkan nilai derajat kebebasan atau derajat kebebasan diberikan dengan rumus  $df = n - k - 1$  atau  $df$

=  $60-2-1 = 57$  ( $n$  = jumlah responden dan  $k$  = jumlah variabel bebas), jadi jika kita masukkan  $=TINV(0,05,57)$  hasilnya adalah 2,002.

#### **Pengambilan keputusan**

$T \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

$T \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

Dapat diketahui bahwa nilai  $t \text{ hitung}$  (2,493)  $> t \text{ tabel}$  (2,002) sehingga hipotesis nol ditolak.

#### **Pengujian kualitas produk ( $X_2$ )**

##### **Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif**

$$H_0 = X_{21} = 0$$

Artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan kembang Immanuel.

$$H_0 \neq X_{21} \neq 10$$

Artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan kembang Immanuel.

##### **Menentukan taraf signifikan.**

Taraf signifikasinya adalah 0,05 atau 5%.

##### **M**

##### **menentukan $t \text{ hitung}$ dan $t \text{ tabel}$ .**

$T \text{ hitung}$  variabel  $X_2$  adalah sebesar 2,141 seperti pada tabel *coefficients*.

$T \text{ tabel}$  dapat dicari dengan rumus  $=TINV(\text{probability}, \text{deg\_freedom})$ , dimana nilai dari probability adalah 0,05 sedangkan nilai deg\_freedom atau derajat bebas didapat dengan rumus  $df = n-k-1$  atau  $df = 60-2-1 = 57$  ( $n$  = jumlah responden dan  $k$  = jumlah variabel independen) jadi jika dimasukkan kedalam rumus  $=TINV(0,05,57)$  akan didapat hasilnya adalah 2,002.

#### **Pengambilan keputusan**

$T \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

$T \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditola

Dapat diketahui bahwa nilai  $t \text{ hitung}$  (2,141)  $> t \text{ tabel}$  (2,002) sehingga hipotesis nol ditolak.

#### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa  $F_{\text{hitung}} 6,995 > F_{\text{tabel}}$  yaitu hanya 3,150, hal ini berarti desain dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Immanuel Flower Company. Pada uji parsial (uji-t), dimana hasil analisis di atas memberikan nilai  $t \text{ hitung}$  variabel desain sebesar (2,493)  $> t \text{ tabel}$  (2,002), maka hipotesis nol ditolak. Oleh karena itu, desain memiliki efek parsial pada keputusan pembelian. Demikian pula untuk variabel kualitas produk,  $t \text{ hitung}$  kualitas produk (2,141)  $> t \text{ tabel}$  (2,002), sehingga menolak hipotesis nol.

Penelitian ini dilaksanakan ataupun dilakukan oleh (Ariella, 2018) menemukan hasil subtes (uji-t) harga produk ( $X_2$ ) dan desain produk ( $X_3$ ) berturut-turut 0,459 dan 0,368 yang lebih besar dari 0,05 yang berarti harga produk dan desain produk . berangkat Perusahaan fashion online Mazelnid berdampak besar pada keputusan pembelian konsumen.

Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan penelitidenganpenelitian Ariella tersebut di atas, dimana tidak ditemukan adanya pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada penelitian ini. Konstanta a adalah 0,659, mis. H. jika desain dan kualitas produk 0, maka keputusan pembelian adalah 0,659 unit. Konstanta b1  $X_1$  adalah sebesar 0,280, yaitu jika model dinaikkan 1 satuan maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0,280 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan pada dasarnya merupakan variabel yang lemah karena meskipun dinaikkan 1 satuan, hanya meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,280 satuan. Konstanta b2  $X_2$  adalah 0,286, yaitu jika kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian meningkat

sebesar 0,286 satuan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pada dasarnya baik, karena kenaikan 1 satuan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,286 satuan.

## KESIMPULAN

1. Desain produk dan kualitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kembang Immanuel Kotamobagu.
2. Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kembang Immanuel Kotamobagu.
3. Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian di Kembang Immanuel Kotamobagu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran : Sari Kuliah*. Satu Nusa, Bandung.
- Daulay, Nurjannah. 2017 Skripsi :*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan)* Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonom Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.  
<http://repository.uinsu.ac.id/3346/1/SKRIPSI%20PDF.pdf>
- Ghozali Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, Damodar N. 2012, *Dasar Dasar Ekonometrika* Penerbit :Salemba Empat.
- Handoko, T. Hani. 2002. *Manajemen Pengawasan Kualitas Terpadu*, Rajawali, Jakarta.  
[http://eprints.undip.ac.id/43019/1/18\\_ADRIYANSYA.pdf](http://eprints.undip.ac.id/43019/1/18_ADRIYANSYA.pdf) Diunggah Tanggal 2 Maret 2020.
- Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang, 2012, *Metodologi Penelitian Bisnis*, BPFE, Yogyakarta.
- Ismainar, Hetty. 2015. *Manajemen Unit Kerja*. Jogjakarta: Deepublish.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- Muharto, Aisya Mutiarasari, Puspauzia Midu. (2022). Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Kotamobagu Dengan Moderasi Riba. Vol. 8 No. 3. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6157>
- Mutiarasari, Aisya. dll. (2023). Analisis Pandangan Guru SMK LPMD Adow Terhadap Perbankan Syariah. Vol. 2 No. 01. Aksara Kawanua: Jurnal Ilmiah Multidisiplin. <https://jurnal.aksarakawanua.com/index.php/jakm/article/download/39/21>
- Priyatno, Duwi. 2012 *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET.
- Purwanto, Iwan, 2008, *Manajemen Strategi*, CV. Yrama Widya, Bandung.
- Riduwan, M.B.A., 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2012. *Manajemen* Edisi Kesepuluh. penerbit Erlangga. Jakarta.
- Saraswati , Made Laksmi 2012. *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan*. Universitas Diponegoro Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.