

Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keputusan pembelian Pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi

Febriawan Ardi Nugroho

Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi
e-mail: febriawanardinugrohosemm@gmail.com

Abstrak

Dalam Perkembangan industri kerajinan kayu diperlukan produk yang mempunyai nilai lebih dan minat konsumen yang tinggi. Maka diperlukan kreativitas dalam menciptakan produk yang inovatif dan berkualitas juga strategi pemasaran yang bagus, harga produk yang bersaing serta kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas dan inovasi produk serta keputusan pembelian di UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. Sehingga kualitas dan inovasi produk di UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi meningkat.

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

Abstract

In the development of the wood craft industry, products that have more value and high consumer interest are needed. So creativity is needed in creating innovative and quality products as well as good marketing strategies, competitive product prices and product quality in accordance with consumer expectations. This study aims to analyze the effect of product quality and innovation as well as purchasing decisions at UD. Nuansa Furniture, Margomulyo Village, Ngawi District, Ngawi Regency. So that the quality and product innovation at UD. Nuansa Furniture, Margomulyo Village, Ngawi District, Ngawi Regency has increased.

Keywords : *product quality, product innovation, purchasing decisions*

PENDAHULUAN

Keberhasilan pemasaran suatu produk adalah bukti bahwa perusahaan dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan dalam dunia usaha yang semakin ketat. Perusahaan harus memperhatikan produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Produk merupakan elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan merumuskan penawaran yang memberikan nilai bagi pelanggan sasaran. Penawaran ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Selain itu harus mempunyai rencana produk baru yang kuat dan mempersiapkan proses pengembangan produk baru yang sistematis untuk menemukan dan mengembangkan produk-produk baru (Kotler dan Armstrong, 2018)

Kualitas produk yang dipasarkan harus dijaga agar produk yang dijual mempunyai nilai lebih dan dibeli konsumen. Konsumen akan berusaha memenuhi kebutuhannya dengan produk yang berkualitas sehingga tahan lama dan mampu memberi kepuasan ketika menggunakan produk tersebut. Tugas manajemen adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri-ciri terbaik.(Sudaryono, 2016)

Inovasi produk adalah pengembangan produk yang berpusat pada pelanggan dimulai dan diakhiri dengan memecahkan permasalahan pelanggan.(Kotler dan Armstrong, 2018)

Daya kreativitas dibutuhkan untuk menciptakan produk inovatif, Variasi produk mengikuti perkembangan trend yang ada supaya pemasaran yang dituju juga semakin luas.

METODE DAN TEKNIK PENELITIAN

1. Populasi dan sampel

Sugiyono mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi dari bulan Maret – Mei 2021.

Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini dikumpulkan data konsumen dari pembukuan UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi dalam kurun waktu tiga bulan terakhir sebagai berikut :

Jumlah konsumen Ud. Nuansa furniture

No	Bulan	Jumlah
1	Maret	47
2	April	52
3	Mei	56
Total		155

Sumber : Arsip UD. Nuansa Furniture

Tidak seluruh anggota populasi pada penelitian ini dijadikan sebagai sampel penelitian. Untuk itu perlu dilakukan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Di mana :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

d : nilai presisi ($d = 0,1$)

Berdasar rumus tersebut, maka dilakukan perhitungan dan diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{155}{155.(0,1)^2 + 1} = \frac{155}{2,550} = 60,784 = 61 \text{ responden}$$

Jadi responden dalam penelitian ini adalah 61 orang konsumen yang dianggap peneliti memiliki data yang dibutuhkan serta mempunyai waktu untuk dijadikan responden penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Djoko Purwito, pada prinsipnya semua metode pengumpulan data tersebut mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk memperoleh sejumlah data guna menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Metode Kuesioner

Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner yang

digunakan adalah kuesioner dengan disediakan alternatif jawaban sehingga dibutuhkan waktu yang lebih singkat untuk menjawabnya.

b. Metode Dokumenter

Menurut Alwasilah yang dikutip Djoko Purwito, memberi penjelasan bahwa dokumen berperan sebagai pelengkap dan pemer kaya bagi informasi yang diperoleh lewat interview atau observasi. Metode dokumenter dalam penelitian ini digunakan untuk mencari landasan teori yang berasal dari buku dan penelitian terdahulu. Selain itu juga digunakan untuk mengumpulkan data deskripsi lokasi penelitian yang meliputi visi, misi dan tujuan, struktur organisasi perusahaan, dan lain-lain.

c. Metode Observasi

Menurut Sujarweni, observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode ini digunakan dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian yaitu UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi.. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung tentang permasalahan seputar kualitas produk, inovasi produk serta keputusan pembelian.

3. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada 2 kelompok variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (*Independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

a. Variabel bebas

Variabel bebas yaitu kualitas produk (X1) dan inovasi produk (X2).

b. Variabel terikat

Variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y)

4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Definisi operasional pada masing-masing variabel penelitian adalah:

a. Variabel Bebas (X)

1) Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Fandy Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut:

- a) Performance (*kinerja*) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- b) Features (fitur atau ciri-ciri tambahan)
- c) Reliability (reliabilitas)
- d) Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)
- e) Durability (daya tahan)
- f) Serviceability meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- g) Esthetics (Estetika)
- h) Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan)

2) Inovasi Produk (X2)

Menurut Setiadi (2010: 78) menyatakan bahwa karakteristik inovasi terdiri dari 5 hal yaitu:

- a) Keunggulan relatif (*relative advantage*)
- b) Keserasian/kesesuaian (*compatibility*)
- c) Kekomplekan (*complexity*)
- d) Ketercobaan (*trialability*)
- e) Keterlihatan (*observability*)

b. Variabel terikat

Menurut Kotler dan Keller (2016:195) Terdapat enam indikator keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu :

- 1) Product choice (pilihan produk)
- 2) Brand choice (pilihan merek)
- 3) Dealer choice (pilihan tempat penyalur)
- 4) Purchase amount (jumlah pembelian atau kuantitas)
- 5) Purchase timing (waktu pembelian)
- 6) Payment method (metode pembayaran)

5. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

variabel	Item	r hitung	r tabel	Ket
Kualitas Produk	X _{1.1}	0,626	0,444	Valid
	X _{1.2}	0,656	0,444	Valid
	X _{1.3}	0,743	0,444	Valid
	X _{1.4}	0,656	0,444	Valid
	X _{1.5}	0,725	0,444	Valid
	X _{1.6}	0,661	0,444	Valid
	X _{1.7}	0,628	0,444	Valid
	X _{1.8}	0,695	0,444	Valid
Inovasi Produk	X2.1	0,626	0,444	Valid
	X2.2	0,656	0,444	Valid
	X2.3	0,743	0,444	Valid
	X2.4	0,656	0,444	Valid
	X2.5	0,725	0,444	Valid
Keputusan pembelian	Y _{1.1}	0,531	0,444	Valid
	Y _{1.2}	0,614	0,444	Valid
	Y _{1.3}	0,595	0,444	Valid
	Y _{1.4}	0,729	0,444	Valid
	Y _{1.5}	0,675	0,444	Valid
	Y _{1.6}	0,719	0,444	Valid

Sumber : data diolah

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai Alpha Cronbach menggunakan bantuan program SPSS.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Ket
Kualitas produk	0,825	Reliabel
Inovasi produk	0,784	Reliabel
Keputusan pembelian	0,794	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

6. Metode dan Teknik Analisis Data

a. Model Analisis Data

- 1) Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mengolah data kuantitatif. Cara ini dilakukan untuk melihat performa data di masa lalu agar dapat mengambil kesimpulan.
- 2) Analisis Kuantitatif adalah metode yang bergantung kepada kemampuan untuk menghitung data secara akurat. Selain itu, metode ini juga memerlukan kemampuan untuk menginterpretasikan data yang kompleks.

b. Teknik Analisis Data

1) Uji F

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model / Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

2) Uji T

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t-tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis untuk mengetahui tingkat signifikansi antar variabel yang terjadi dilakukan menggunakan uji signifikansi dengan uji t. Berdasarkan perhitungan uji t pada tabel 16 maka dapat diketahui bahwa nilai thitung = 5,246 lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,672$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis nol ditolak dan hipotesis kerja diterima. Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. terbukti dan diterima kebenarannya.

Hasil pengujian hipotesis untuk mengetahui tingkat signifikansi antar variabel yang terjadi dilakukan menggunakan uji signifikansi dengan uji t. Berdasarkan perhitungan uji t pada tabel 16 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai thitung = 3,423 lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,672$. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis nol ditolak dan hipotesis kerja diterima. Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. terbukti dan diterima kebenarannya.

Hasil pengujian hipotesis di atas ditemukan bahwa nilai $F_{hitung} = 128,299 > F_{tabel} = 3,16$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian hipotesis yang berbunyi kualitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. terbukti dan diterima kebenarannya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji t diperoleh nilai thitung = 5,246 > nilai $t_{tabel} = 1,672$, artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini terbukti dari nilai koefisien korelasi bernilai positif sebesar 0,882. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis kerja diterima. Jadi hipotesis yang berbunyi kualitas

produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. terbukti dan diterima kebenarannya.

2. Hasil uji t diperoleh nilai thitung = 3,423 > nilai ttabel = 1,672, artinya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini terbukti dari nilai koefisien korelasi bernilai positif sebesar 0,853. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis kerja diterima. Jadi hipotesis yang berbunyi inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. terbukti dan diterima kebenarannya.
3. Hasil uji F diperoleh bahwa nilai Fhitung = 128,299 > Ftabel = 3,16. Hal ini berarti hipotesis nol ditolak dan hipotesis kerja diterima. Jadi hipotesis yang berbunyi kualitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Nuansa Furniture Kelurahan Margomulyo Kecamatan Ngawi Kabupaten Ngawi. terbukti dan diterima kebenarannya. Penelitian menemukan kualitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian terbukti dari nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,903. Artinya hubungan antara kualitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian adalah dengan tingkat keeratan sebesar 0,903.

SARAN

Saran pada penelitian ini dibuat berdasarkan jumlah skor tertinggi dan terendah tanggapan responden terhadap hasil penelitian. Untuk itu saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kondisi bahwa bahan baku produk UD. Nuansa Furniture yang sudah bagus sehingga dapat tahan lama perlu dipertahankan. Penggunaan bahan baku yang berkualitas dapat membuat produk yang dijual tahan lama sehingga memuaskan konsumen dan membuat konsumen merasa yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukan sudah tepat.
2. Perlu adanya upaya agar konsumen menerima pesanan produk tepat sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan menyusun jadwal penyelesaian produk sesuai keinginan konsumen, serta meningkatkan kedetailan dalam pengerjaan sehingga produk sesuai keinginan konsumen.
3. Perubahan desain produk yang dilakukan pada UD. Nuansa Furniture dapat membuat produk yang dijual terkesan baru sehingga perlu dipertahankan. Inovasi produk yang dilakukan dengan merubah desain produk merupakan langkah yang perlu dipertahankan guna memasarkan produk inovatif kepada konsumen.
4. Perlu adanya upaya agar UD. Nuansa Furniture menyediakan aneka produk dengan kualitas bahan baku mengikuti perkembangan teknologi. Hal ini dapat dilakukan dengan selalu mengikuti perkembangan teknologi utamanya terkait dalam pemenuhan kebutuhan bahan baku sehingga produk yang dijual dapat lebih beragam dan inovatif.
5. Kondisi di mana konsumen merasa kualitas produk di UD. Nuansa Furniture bagus perlu dipertahankan. Untuk itu upaya menjaga kualitas produk secara maksimal perlu senantiasa dilakukan, baik dalam pemilihan bahan baku, proses pengerjaan hingga finishing harus dilakukan kontrol terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

Perlu adanya upaya agar secara sosial anggota keluarga dan teman konsumen juga membeli produk pada UD. Nuansa Furniture. Hal ini dapat dilakukan memberikan bonus baik dalam bentuk uang atau potongan harga kepada konsumen yang berhasil mengajak anggota keluarga dan temannya membeli produk pada UD. Nuansa Furniture

DAFTAR PUSTAKA

A.R. Djoko Purwito, Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis Untuk Bidang Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Edisi Revisi 2017, LPM Universitas Soerjo Ngawi, Ngawi, 2017.

- Basu Swastha DH dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Offset, Yogyakarta, 2018
- Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung, 2004
- Fandy, Tjiptono. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi, 2014.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, : Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc, 2016.
- Philip Kotler dan Garry Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2018
- Setiadi, Nugroho J. Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana. 2010.
- Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi, Andi, Yogyakarta, 2016.
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Cetakan ke-14, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2015.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ke-26, Alfabeta, Bandung, 2017