

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK TULIS JETIS SIDOARJO

Burhanuddin Firmansyah

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya

Email: burhanuddinfirmansyah206@gmail.com

Harti

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya

Email: harti@unesa.ac.id

Abstrak.

Batik merupakan salah satu peninggalan seni budaya bangsa Indonesia yang memiliki nilai luhur dan perlu dilestarikan. Kebutuhan batik tulis tidak hanya untuk remaja dan dewasa, dalam acara-acara resmi batik juga banyak digunakan oleh semua kalangan baik formal maupun informal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling purposive dengan jumlah 94 responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket dan dianalisis dengan analisis regresi linier. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 2,389. Desain produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 19,772. Variabel kualitas produk (X_1), dan desain produk (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,919 atau 91,9%. Kesimpulan, kualitas produk dan desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo. Kualitas produk dan desain produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo.

Kata Kunci: Kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian.

Abstract

Batik is one of the cultural heritages of Indonesia that has noble values and needs to be preserved. Needs of batik tulis not only for adolescents and adults, in formal events batik is also widely used by all circles both formal and informal. This Study aims to determine the influence of Product Quality and Product Design toward Purchase Decision on Batik Tulis Jetis Sidoarjo. The type of research is quantitative research. The sampling technique is by using sampling purposive technique with the number 94 respondents. The research instrument is a questionnaire and It is analyzed by Linear Regression. The result of this research shows that product quality (X_1) significantly affects purchase decision of 2,389. Product Design (X_2) significantly affects purchase decision of 19,772. The variables, product quality (X_1), and product design (X_2), have a simultaneous impact on purchase decision. It be seen from the value of Adjusted R Square value is 0.919 or 91,9%. The conclusion is product quality and product design partially significant effect on purchasing decision of Batik Jetis Sidoarjo. Product quality and product designs simultaneously have a significant effect on purchasing decision of Batik Jetis Sidoarjo..

Keyword: Product quality, product design and purchase decision.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Batik merupakan salah satu peninggalan seni budaya bangsa Indonesia yang memiliki nilai luhur dan perlu dilestarikan. Keberadaan batik sudah dikenal sejak dulu dan saat ini telah berkembang mengikuti jaman. Batik merupakan hasil perpaduan antara seni dan teknologi, tampak dari motif dan warnanya, termasuk proses pembuatannya menunjukkan teknologi yang unik dan menarik (Ilmya, 2011). Batik dapat dipakai di acara formal maupun informal. Batik Tulis Jetis sudah diminati

oleh semua kalangan mulai dari remaja sampai dengan dewasa.

Usaha batik jetis Sidoarjo dikembangkan pada tahun 1960 sampai dengan tahun sekarang. Batik cetak dengan alasan murah, mudah, dan praktis, untuk tetap bertekad mempertahankan batik tulis. Bertahan pada hal yang menjadi kebanggaan leluhur. Keberadaan kampung tersebut menjadi salah satu daya tarik wisata Sidoarjo.

Motif khas batik tulis jetis adalah motif ekor burung jadi andalan. Motif khas batik tulis jetis antara lain : motif burung cipret, motif bambu, motif ikan bandeng, motif

burung merak, dan motif tumbuh-tumbuhan Pembuatan batik tulis tidak mudah. Butuh waktu lama untuk menghasilkan batik tulis berkualitas tinggi. Bahkan, dibutuhkan waktu dua bulan untuk menyelesaikan potongan batik tulis dengan motif tidak terlalu rumit. Kalau motifnya agak rumit, bisa tiga bulan. (Jawa Pos, 31 Januari 2016).

Namun tentu saja persaingan dalam industri batik semakin ketat, seiring dengan terus bertumbuhnya industri batik di Indonesia. Persaingan yang semakin ketat ini memicu produsen-produsen batik untuk melakukan terobosan-terobosan atau inovasi, dengan tujuan meningkatkan kinerja pemasaran batik yang dihasilkannya. Inovasi yang terus menerus diterapkan oleh produsen batik memegang peranan penting untuk terus dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat ini dan terus meningkatkan kinerja pemasarannya.”

Inovasi dalam ragam motif, corak, serta warna, merupakan salah satu inovasi yang paling penting diterapkan dalam industri batik yang tergolong produk seni dan mengandung unsur budaya lokal ini. Inovasi dalam ragam motif, corak, serta warna, menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing batik dalam perdagangan, karena yang pertama kali diperhatikan dan memikat konsumen adalah ragam motif, corak, serta warna yang dimiliki oleh sehelai kain batik yang memancarkan keindahan seninya. (Purnomo, 2014).

Proses perubahan jenis ekonomi dari agraris ke sektor perindustrian mutlak memerlukan pemberdayaan masyarakat atau sumber daya manusia. Untuk menjadi sumber daya yang berkualitas dalam memberikan peranan sentral terhadap pembangunan sumber daya manusia, maka kita menyiapkan sumber daya manusianya terlebih dahulu untuk membuat barang menurut Suhendra (dalam Purnomo, 2014).

Seperti halnya Batik Tulis, beralihnya kegiatan yang bersifat non profit menjadi kegiatan yang bersifat komersial mengakibatkan kehadiran batik telah dirasakan manfaat ekonomisnya bagi masyarakat, berupa penambahan penghasilan keluarga bagi pengrajin, pedagang batik, maupun buruh batik. Perkembangan industri dan perdagangan batik telah berperan dalam perluasan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi industri yang cukup baik, sebagai salah satu Kabupaten yang menerapkan kebijakan otonomi daerah dan kebijakan tersebut diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membangun daerah Sidoarjo secara khusus dan Indonesia secara umum. Sebagai salah satu pusat industri di Jawa Timur, Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten terbesar yang menyumbangkan pendapatan terbesar pula karena banyak

pengusaha mendirikan pabrik serta sentra industri di Kabupaten tersebut, sehingga hal tersebut turut mempengaruhi jumlah pendapatan asli daerah Kabupaten Sidoarjo.

Namun berdasarkan observasi awal di Kampong Batik Tulis di Desa Jetis Kabupaten Sidoarjo, salah satu Kabupaten terbesar yang maju dan menjadi salah satu pusat industri ternyata pada salah satu industri khususnya di desa Jetis, kampung yang terkenal memproduksi batik tulis dengan motif yang khas dari Sidoarjo. Yang memang sejak dulu terkenal sebagai daerah penghasil kain batik tulis. Pekerjaan pembuatan batik tulis ini mula-mula hanya merupakan industri rumah tangga yang sebagai warisan turun-menurun. Aktivitas membatik ini sepiantas tampak sebagai suatu kegiatan sambilan yang seakan-akan hanya merupakan aktivitas mengisi waktu. Namun apabila di telusuri lebih jauh mengenai batik tulis tersebut ternyata mengandung nilai yang estetika, motif-motif yang tergambar tidak sekedar mengikuti perkembangan pasar tetapi kekhasan batik di daerah Jetis lebih dikenal dengan batik jetisan yang memiliki motif kuno atau klasik dan hanya sedikit modifikasinya, seperti motif abangan dan ijo-ijoan, motif beras kutah, motif krubutan (campur-campur), motif burung merak. Motif batik tulis Desa Jetis didominasi flora dan fauna dengan warna yang mencolok yang menjadi keunggulan batik tulis di Desa Jetis Kabupaten Sidoarjo. fenomena di lapangan, bahwa produk batik tulis ini memiliki kualitas dan desain batik yang beraneka ragam, dari segi motif, corak batik, dan warna terbaru. Namun hal itu tidak didukung sumber daya manusia yang memadai, di desa Jetis pengusaha batik tulis jumlahnya semakin menurun.

Menurut Assauri (2010:24) dalam penelitian Umboh (2015) menyatakan bahwa Kualitas Produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kotler (2007:49) mendefinisikan kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.

Indikator dari kualitas produk adalah kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, dan persepsi terhadap kualitas. Sedangkan Indikator dari desain produk adalah gaya, dan ciri-ciri (Tjiptono, 2008 dan Kotler, 2007).

Faktor lain yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah desain produk. Masalah desain dari produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya tim pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan

masalah desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Anggipora, 2002). Desain produk batik saat ini sangat beraneka ragam, mengingat berkembangnya kebutuhan konsumen yang beraneka ragam terhadap desain produk.

Dalam penelitian Ilmaya (2011) menyatakan bahwa dalam menetapkan desain produk, perusahaan harus terlebih dahulu menetapkan strategi desain produk. Menurut Tjiptono (2008) terdapat tiga strategi desain produk. Strategi ini berkaitan dengan tingkat standarisasi produk. Perusahaan memiliki tiga pilihan strategi, yaitu strategi dasar, *customized product* (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu), dan produk standar dengan modifikasi.

Dalam hal ini penelitian mengenai faktor kualitas produk dan desain produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Batik Tulis Jetis Sidoarjo nampaknya perlu dilakukan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Kabupaten Sidoarjo”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen batik tulis Jetis di Kabupaten Sidoarjo?
2. Apakah ada pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen batik tulis Jetis di Kabupaten Sidoarjo?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen batik tulis Jetis di Kabupaten Sidoarjo?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen batik tulis Jetis di Kabupaten Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen batik tulis Jetis di Kabupaten Sidoarjo.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen batik tulis Jetis di Kabupaten Sidoarjo.

KAJIAN TEORI

Pemasaran

Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan bahwa “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Stanton (1996:200) mendefinisikan bahwa “Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun kepada pembeli potensial”.

Kualitas Produk

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

Tjiptono (2008:68) mengemukakan bahwa ada delapan dimensi kualitas produk:

1. Kinerja (*performance*)
2. Fitur (*features*)
3. Keandalan (*reliability*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)
5. Daya tahan (*durability*)
6. Servis (*serviceability*)
7. Estetika (*aesthetics*)
8. Persepsi terhadap kualitas (*perceive quality*)

Desain Produk

Kotler (2007) mengemukakan bahwa “desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang diisyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan”

Adapun indikator desain produk yang didefinisikan menurut Kotler (2007: 131-138) terdapat delapan indikator desain produk adalah sebagai berikut :

1. Ciri khas
2. Kinerja
3. Mutu kesesuaian
4. Tahan lama
5. Tahan uji
6. Kemudahan perbaikan
7. Model
8. Gaya

Keputusan Pembelian

Basu (2005) mendefinisikan bahwa “keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang dan jasa dalam memenuhi keinginan dan

kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian”.

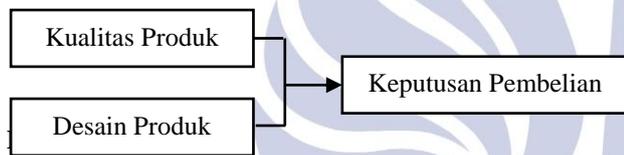
Tahapan dalam proses keputusan pembelian menurut Kotler (2007) sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca membeli

METODE PENELITIAN

Jenis dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Adapun rancangan yang di buat oleh peneliti untuk mengetahui apakah kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada batik tulis jetis Amri Jaya di Kabupaten Sidoarjo. Dalam penelitian ini rancangan penelitian yang di gunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1
Rancangan Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen terutama pada wanita yang telah melakukan pembelian batik tulis jetis yang jumlah rata – rata perharinya yang melakukan pembelian 10 pengunjung x 5 toko (gerai) = 50 x 30 hari = 1500 responden. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 94 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah *Non Probability Sampling*. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* atau *judgmental sampling*.

Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan angket yang terstruktur, dimana angket dalam penelitian ini diberikan langsung kepada responden. Sedangkan pernyataan yang digunakan berupa pernyataan tertutup, berikut kisi-kisi angket:

Tabel 1. Kisi-kisi Angket

| Variabel | Indikator | Sub Indikator |
|-----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| Kualitas Produk (X ₁) | 1. Kehandalan (X _{1.1}) | • Bahan yang berkualitas |
| | 2. Kesesuaian (X _{1.2}) | • Motif batik sesuai dengan selera |
| | 3. Daya tahan (X _{1.3}) | • Warna batik tidak luntur |
| | 4. Estetika (X _{1.4}) | • Dapat dipakai jangka panjang |

| | | |
|---------------------------------|---|---|
| | 5. Persepsi terhadap kualitas (X _{1.5}) | <ul style="list-style-type: none"> • Keindahan • Memiliki reputasi merek yang baik |
| Desain Produk (X ₂) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya (X_{2.1}) 2. Ciri khas (X_{2.2}) | <ul style="list-style-type: none"> • Banyak pilihan warna • Banyak pilihan motif • Memiliki motif khas hewan dan motif tumbuh-tumbuhan |
| Keputusan pembelian (Y) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah (Y_{1.1}) 2. Pencarian Informasi (Y_{1.2}) 3. Evaluasi Alternatif (Y_{1.3}) 4. Keputusan pembelian (Y_{1.4}) | <ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan kebutuhan akan batik tulis • Konsumen membutuhkan informasi pencarian batik tulis. • Dalam pembelian batik tulis, konsumen membutuhkan pertimbangan dan evaluasi. • Konsumen untuk memutuskan untuk membeli batik |

Teknik Pengumpulan Data

1. Data primer

Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini diperoleh dari :

- a. Hasil angket pengukuran kualitas produk
- b. Hasil angket pengukuran desain produk.
- c. Hasil angket pengukuran keputusan pembelian.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder penelitian ini adalah referensi dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu.

Uji Instrumen

Uji instrument dalam penelitian terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua uji tersebut dilakukan pada 30 responden diluar sampel. Berikut hasil uji validitas:

Tabel 2. Uji Validitas

| Item | r _{hitung} | r _{tabel} | Keterangan |
|--|---------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Produk (X₁) | | | |
| X _{1.1} | 0,690 | 0,361 | Valid |
| X _{1.2} | 0,744 | 0,361 | Valid |
| X _{1.3} | 0,678 | 0,361 | Valid |
| X _{1.4} | 0,744 | 0,361 | Valid |
| X _{1.5} | 0,690 | 0,361 | Valid |
| X _{1.6} | 0,690 | 0,361 | Valid |
| Desain Produk (X₂) | | | |
| X _{2.1} | 0,662 | 0,361 | Valid |
| X _{2.2} | 0,500 | 0,361 | Valid |
| X _{2.3} | 0,790 | 0,361 | Valid |

| Keputusan Pembelian (Y) | | | |
|-------------------------|-------|-------|-------|
| Y ₁ | 0,404 | 0,361 | Valid |
| Y ₂ | 0,615 | 0,361 | Valid |
| Y ₃ | 0,728 | 0,361 | Valid |
| Y ₄ | 0,696 | 0,361 | Valid |
| Y ₅ | 0,615 | 0,361 | Valid |
| Y ₆ | 0,602 | 0,361 | Valid |
| Y ₇ | 0,696 | 0,361 | Valid |

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa semua nilai *Pearson Correlation* atau r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada instrumen penelitian dinyatakan valid.

Selanjutnya, berikut adalah hasil uji reliabilitas pada 30 responden:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

| Item | Nilai <i>Crocbach's Alpha</i> | Nilai Kritis | Ket |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------|----------|
| Kualitas Produk (X ₁) | 0,768 | 0,60 | Reliabel |
| Desain Produk (X ₂) | 0,644 | 0,60 | Reliabel |
| Kep. Pembelian (Y) | 0,734 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan tabel 3, nilai *cronbach's alpha* pada seluruh item instrumen lebih dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen atau angket yang digunakan adalah reliabel dan layak digunakan untuk mengumpulkan data.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah terdiri dari:

1. Uji Asumsi Klasik.

Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari berikut:

- a. Uji Normalitas
- b. Uji Multikolinieritas
- c. Uji Linieritas
- d. Uji Heterokedastisitas

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda tersebut dikaitkan dengan penelitian ini yang memiliki dua predictor yaitu kualitas produk (X₁) dan desain produk (X₂) maka akan didapatkan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Dimana :

- Y : subjek dalam variabel dependen yang diprediksi
- a : nilai konstanta dari persamaan regresi
- b₁ b₂: koefisien regresi masing – masing variabel
- X₁ : kualitas produk
- X₂ : desain produk
- e_i : kesalahan pengganggu

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Pengujian ini untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian dapat dilakukan dengan uji t secara parsial.

b. Uji F

Pengujian ini untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel kualitas produk dan desain produk secara bersama – sama (simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 4. Karakteristik Responden

| Karakteristik | | Jumlah | Persentase |
|---------------------|-------------------|--------|------------|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 21 | 22,3 % |
| | Perempuan | 73 | 77,7 % |
| Usia | 20-35 tahun | 60 | 63,8 % |
| | 35-50 tahun | 27 | 28,7 % |
| | > 50 tahun | 7 | 7,4 % |
| Pekerjaan | PNS | 13 | 13,8 % |
| | Swasta | 30 | 31,9 % |
| | Pelajar/Mahasiswa | 12 | 12,8 % |
| | Wirausaha | 20 | 21,8 % |
| Pernah Membeli | Ibu Rumah Rangka | 19 | 20,2 % |
| | Ya | 94 | 100 % |
| Berapa Kali Membeli | Tidak | 0 | 0 % |
| | 1 Kali | 15 | 16 % |
| | 2-3 Kali | 42 | 44,7 % |
| | 4-5 Kali | 24 | 25,5 % |
| > 6 Kali | 13 | 13,8 % | |

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa responden terbanyak adalah perempuan sebanyak 77,7%. Responden dengan usia terbanyak adalah 20-35 tahun sebanyak 63,8%. Pekerjaan responden terbanyak adalah pegawai swasta yang berjumlah 31,9%. Semua responden (100%) menyatakan pernah membeli batik tulis Jetis Sidoarjo. Jumlah pembelian terbanyak adalah sekitar 2-3 kali yaitu sejumlah 44,7%.

Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berikut hasil dari uji normalitas:

**Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 94 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,16610374 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,102 |
| | Positive | ,076 |
| | Negative | -,102 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,992 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,278 |

Sumber: Output SPSS

Dari tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Signifikansi dari Unstandardized Residual sebesar $0,278 > 0,05$, maka persamaan model regresi linier berganda memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Multikolinieritas

**Tabel 6. Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Kualitas Produk | ,442 | 2,264 |
| | Desain Produk | ,442 | 2,264 |

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolonieritas.

c. Uji Linieritas

**Tabel 7. Uji Linieritas
ANOVA Table**

| | | Mean Square | F | Sig. |
|-------------------|--------------------------|-------------|----------|------|
| y.tot * x1.tot | (Combined) | 327,080 | 42,360 | ,000 |
| | Between Groups | 3197,520 | 414,108 | ,000 |
| | Linearity | | | |
| | Deviation from Linearity | 122,048 | 15,806 | ,000 |
| | Within Groups | 7,721 | | |
| | Total | | | |
| y.tot * x2.tot | (Combined) | 530,243 | 213,607 | ,000 |
| | Between Groups | 5044,754 | 2032,268 | ,000 |
| | Linearity | | | |
| | Deviation from Linearity | 28,631 | 11,534 | ,000 |
| | Within Groups | 2,482 | | |
| | Total | | | |

Sumber: Output SPSS

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai tersebut $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang linier antara variabel bebas (kualitas produk dan desain

produk) dengan variabel terikat (keputusan pembelian) atau persamaan regresi pada penelitian ini benar-benar linier.

d. Uji Heterokedastisitas

**Tabel 8. Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | t | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|-------|--------|------|
| | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | ,950 | 1,863 | ,510 | ,611 |
| | x1.tot | -1,229 | ,940 | -1,308 | ,194 |
| | x2.tot | 1,352 | ,797 | 1,696 | ,093 |

a. Dependent Variable: Res_2

Sumber: output SPSS

Hasil pengujian heteroskedastisitas dilihat dari P value $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil analisis diketahui X_1 memiliki nilai 0,194 dan X_2 0,093 hasil menunjukkan angka lebih besar dari 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | | B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,723 | ,767 | |
| | Kualitas Produk | ,130 | ,054 | ,106 |
| | Desain Produk | 1,971 | ,100 | ,878 |

Sumber: output SPSS

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,723 + 0,130X_1 + 1,197X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = 1,723

$b_1 = 0,130$

$b_2 = 1,197$

$X_1 =$ Kualitas produk

$X_2 =$ Desain Produk

3. Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,960 ^a | ,921 | ,919 | 2,190 |

Sumber: output SPSS

Berdasarkan hasil tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi atau nilai Adjusted R Square sebesar 0,919. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi variabel bebas kualitas produk (X_1), dan

desain produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo yaitu sebesar 0,919 atau 91,9%. Sedangkan sisanya sebesar 0,081 atau 8,1% disebabkan oleh faktor-faktor lain diluar variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

1. Uji t

Tabel 11. Uji t Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1,723 | ,767 | | 2,247 | ,027 |
| 1 Kualitas Produk | ,130 | ,054 | ,106 | 2,389 | ,019 |
| Desain Produk | 1,971 | ,100 | ,878 | 19,772 | ,000 |

Sumber: output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas produk (X_1) adalah sebesar 2,389 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$ atau 5%. Maka variabel kualitas produk (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Hasil kedua, dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel desain produk (X_2) adalah sebesar 19,772 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau 5%. Maka variabel desain produk (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2. Uji F

Tabel 12. Uji F ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 Regression | 5072,112 | 2 | 2536,056 | 528,882 | ,000 ^b |
| Residual | 436,357 | 91 | 4,795 | | |
| Total | 5508,468 | 93 | | | |

Sumber: output SPSS

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 528,882 didukung pula dengan tingkat tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Hal ini berarti kualitas (X_1) dan desain produk (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) batik tulis Jetis Sidoarjo.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batik Tulis Jetis Sidoarjo

Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk pada batik tulis Jetis Sidoarjo akan mempengaruhi keputusan pembelian. Kondisi ini menggambarkan bahwa kualitas produk yang pada batik tulis Jetis Sidoarjo sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kualitas produk pada batik tulis Jetis Sidoarjo dinilai oleh konsumen cukup bagus. Hal ini karena resep turun temurun yang ada pada batik tulis Jetis Sidoarjo. Selain itu, semua proses dilakukan sendiri, dengan kata lain semua batik tulis yang dijual pada batik tulis Jetis Sidoarjo adalah batik tulis buatan sendiri. Sehingga semua proses dapat dilakukan dengan baik. Oleh karena itu kualitas produk batik tulis Jetis Sidoarjo mendapatkan nilai yang cukup bagus dari konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009:272), “kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan, karena kualitas produk berkaitan erat dengan pengambilan keputusan pembelian.”

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Kartika (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Batik Tulis Warna Alam di Giriloyo Yogyakarta. Adapun penelitian Cahyono (2010) juga menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Baju Batik (Study pada Konsumen Batik di Pasar Johar Semarang).

2. Pengaruh Desain Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batik Tulis Jetis Sidoarjo

Hasil tersebut menunjukkan bahwa desain produk pada batik tulis Jetis Sidoarjo akan mempengaruhi keputusan pembelian. Kondisi ini menggambarkan bahwa desain produk pada batik tulis Jetis Sidoarjo sesuai dengan keinginan konsumen. Desain produk pada batik tulis Jetis Sidoarjo dinilai cukup bagus oleh konsumen. Hal ini karena pengerajin batik tulis Jetis Sidoarjo selalu mengikuti permintaan konsumen dan selalu mengikuti perkembangan zaman yang ada saat ini, tanpa mengilangkan resep dan warisan turun temurun. Selain itu setiap tahun sejak awal pendirian batik tulis Jetis Sidoarjo selalu mengeluarkan motif terbaru dengan warna-warna yang menarik. Sehingga desain produk batik tulis Jetis Sidoarjo selalu mengalami peningkatan. Oleh karena itu desain

produk batik tulis Jetis Sidoarjo mendapatkan nilai yang cukup bagus dari konsumen.

Menurut Safitri (2015) “Alasan penting untuk untuk mengelola dan mengembangkan faktor desain produk adalah usaha-usaha untuk menentukan sejenis produk yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Desain produk yang baik dapat menarik perhatian untuk melakukan pembelian, meningkatkan kinerja, mengurangi biaya, dan menyesuaikan nilai terhadap pasar sasaran yang diinginkan.”

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Kartika (2014) yang menyatakan bahwa Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Batik Tulis Warna Alam di Giriloyo Yogyakarta. Adapun penelitian terdahulu oleh Cahyono (2010) juga menyatakan bahwa juga menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Baju Batik (Study pada Konsumen Batik di Pasar Johar Semarang). Selain itu penelitian terdahulu oleh Safitri (2015) juga menyatakan Variabel desain produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Batik Tjokro Bakaran Juwana Pati.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X_1), dan Desain Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batik Tulis Jetis Sidoarjo

Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain produk pada batik tulis Jetis Sidoarjo akan mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah kualitas produk dan desain produk. Oleh karenanya penting bagi perusahaan untuk memperhatikan dan senantiasa meningkatkan kualitas produk dan desain produk, terutama pada usaha batik seperti batik tulis Jetis Sidoarjo.

Dari hasil uji F diketahui bahwa variabel bebas kualitas produk, dan desain produk memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Kartika (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan desain produk secara bersama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Batik Tulis Warna Alam di Giriloyo Yogyakarta. Adapun penelitian terdahulu oleh Cahyono (2010) juga menyatakan bahwa secara serempak (stimulan) variabel kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan terhadap keputusan pembelian Batik (Study pada Konsumen Batik di Pasar Johar Semarang).

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo.
2. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo.
3. Kualitas produk dan desain produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo.

Saran

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data terdapat beberapa saran, diantaranya sebagai berikut :

1. Semakin tinggi kualitas produk batik tulis Jetis Sidoarjo, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian. Oleh karena itu saran kepada batik tulis Jetis Sidoarjo untuk senantiasa menjaga kualitas produk dan dapat meningkatkan kualitas produk. Karena semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian pada batik tulis Jetis Sidoarjo.
2. Semakin bagus desain produk batik tulis Jetis Sidoarjo, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini desain produk merupakan variabel dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian batik tulis Jetis Sidoarjo. Oleh karena itu saran kepada batik tulis Jetis Sidoarjo untuk senantiasa menjaga terus meningkatkan desain produk yang ada pada batik tulis Jetis Sidoarjo agar semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen pada batik tulis Jetis Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggipora, Marius, P. 2002. *Dasar – dasar pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu, Swastha DH. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Cahyono, Sukma 2010 *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Batik (Study pada Konsumen Batik di Pasar Johar Semarang*. Undergraduate thesis, Universitas Stikubank Semarang.
- <http://www.jawapos.com> diakses 2015
- Ilmaya, Fahma, 2011. *Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang*. Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Kartika, Elok Sukma. 2014. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Batik Tulis Warna Alam Di Giriloyo Yogyakarta*. Other thesis, UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Index
- _____ dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2009. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Safitri, Ella Wulan. 2015. *Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tjokro Bakaran Juwana Pati*. Skripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus.
- Purnomo, Eko. 2014, *Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Batik (Studi Pada Perusahaan Batik Di Kabupaten Sragen, Jawa Tengah)*. Penerbit Universitas Muhammadiyah: Surakarta.
- Santoso , Purbayu Budi., dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Ms. Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Bayumedia
- Stanton, William. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umboh S. O., A. Tumbel., D. Soepeno. 2015 Analisis Kualitas Produk, Brand Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA*. 1096 Vol.3 No.1 Maret 2015, <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5662/5194>. Diunduh pada tanggal 18 Februari 2015.Hal. 1096-1105 Universitas Sam Ratulangi Manado, Sulawesi Utara.