

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk

Yanti Pasmawati¹, Pegi Andrian²

^{1,2} Industrial Engineering Departement, Universitas Bina Darma Palembang, Indonesia

Email: yantipasmawati@binadarma.ac.id

Abstract

In this modern era, competition in the business world is getting tougher. Every company is competing to market their products or services according to the growing trend among consumers. Likewise in the furniture business which is also starting to develop quite rapidly in Indonesia. The company basically wants to be the market leader in the competition faced in the business world. PT Pratama Tunggu Tubang is one of the PTs working in the timber industry. Based on the results of this study, simultaneously the product design variable (X1) and product quality variable (X2) in this study have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) on PT consumers Primary Wait Tubang. This is evidenced by the results of calculations from SPSS obtained f count $291.751 > f$ table 3.150, so it can be concluded that the product design variable (X1) and product quality variable (X2) have a simultaneous effect on the purchase decision variable (Y).

Keywords: design product,, product, quality product, purchase decision

1. PENDAHULUAN

Di Dalam era modern seperti sekarang, persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Indonesia diakui karena sumber daya alamnya. Negara ini memiliki banyak jenis pohon yang telah dikenal sejak lama. Indonesia memiliki banyak hutan belantara dan ekspor kayu sebagai bahan baku dan produk olahan[1]. Sebagian besar pendapatan negara berasal dari beberapa industri kayu, salah satunya adalah furnitur [2]. Menjadi pemimpin pasar dapat dicapai melalui perjuangan panjang untuk memenangkan persaingan bisnis, menguasai pangsa pasar terbesar, menghasilkan inovasi inovatif, atau menjadi pelopor dalam memasuki pasar dengan produk tertentu [3]. Bisnis dapat menetapkan harga yang kompetitif dan menarik pelanggan dengan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dan berapa banyak yang bersedia bayar untuk itu [4] serta dapat dilakukan dengan menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dan proses produksi yang baik. PT Pratama Tunggu Tubang, sebuah perusahaan di industri perकayuan, berlokasi di Desa Pajar Bulan Kecamatan Semende Darat Ulu, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Sejak tahun 2010. Dalam penelitian ini, fokus hanya pada produk unggulan PT Pratama Tunggu Tubang, yaitu pintu, yang merupakan produk yang paling banyak dijual oleh perusahaan.

Studi awal penelitian ini menemukan beberapa permasalahan yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah penjualan, seperti yang dikatakan oleh pimpinan PT Pratama Tunggu Tubang menyatakan bahwa “kebanyakan konsumen lebih menyukai desain pintu yang klasik, harga terjangkau dengan kualitas standar”, sedangkan hasil wawancara kepada konsumen PT Pratama Tunggu Tubang menyatakan bahwa “kami lebih menyukai pintu berdesain modern dan berbahan dasar kayu jati yang kokoh dan tahan lama”. Permasalahan ini perlu dilakukan solusi penyelesaian dengan cara melakukan penelitian terhadap konsumen agar dapat mengetahui keinginan konsumen dan meningkatkan jumlah penjualan. hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa desain produk yaitu desain pintu dan kualitas produk yaitu Jenis kayu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Basrah Saidani [5] menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk. Lalu menurut Mukarromah [6] menyatakan bahwa desain dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik desain dan kualitas produk, semakin baik keputusan pembelian. Sedangkan menurut Reven [7] mengatakan bahwa desain dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk. Dari ketiga penelitian sebelumnya, terlihat persamaan yang sama: konsumen memilih produk dengan desain dan kualitas yang baik dan signifikan. Berdasarkan penjelasan diatas, masalah yang akan diselesaikan

melalui penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh desain produk yaitu desain pintu terhadap keputusan pembelian?, lalu seberapa besar pengaruh kualitas produk yaitu jenis kayu terhadap keputusan pembelian, dan seberapa besar pengaruh desain produk yaitu desain pintu dan kualitas produk yaitu jenis kayu) terhadap keputusan pembelian?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk berupa desain pintu terhadap keputusan pembelian konsumen, mengetahui pengaruh kualitas produk berupa Jenis kayu terhadap keputusan pembelian konsumen dan mengetahui pengaruh desain produk berupa desain pintu dan kualitas produk yaitu Jenis kayu terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. METODE

2.1. Desain Penelitian

Metode penelitian adalah pendekatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data menggunakan angka atau data numerik[8]. Penelitian ini menggunakan kuesioner secara *luring* maupun *daring* yang disebar dan diisi mandiri oleh responden. Responden penelitian adalah seluruh konsumen dan calon konsumen PT Pratama Tunggu Tubang. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. *Independent Variable*

Variabel independen adalah variabel dalam penelitian yang dianggap sebagai sebab atau variabel yang mempengaruhi perubahan pada variabel lain yang disebut variabel dependen[9]. Dalam penelitian ini, desain produk dengan indikator berupa Estetika, Daya Tarik dan Fungsi dan kualitas produk dengan indikator: Daya tahan, Reliabilitas dan Persepsi kualitas akan menjadi variabel bebas

2. *Dependent Variable*

Variabel Terikat adalah sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas[10]. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian dengan Indikator yaitu Pribadi.

2.2 Instrumen Pengumpulan Data

Dalam menjalankan penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner yang dibagikan kepada seluruh konsumen PT Pratama Tunggu Tubang selama satu bulan. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert berupa Sangat Tidak Setuju (STS) dinilai dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan nilai skor 2, Netral (N) dengan nilai skor 3, Setuju (S) dengan nilai skor 4, Sangat Setuju (SS) dengan nilai skor 5.

2.3 Metode Analisis Data

Analisis data penelitian ini adalah analisis statistik regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel terikat secara bersama-sama[11]. dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di PT Tunggu Tubang.

2.3.1 Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan data yang dikumpulkan dalam penelitian, analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran empiris. Data diolah menggunakan program SPSS. Hasil analisis dibahas dan disimpulkan berdasarkan temuan. Seperti yang dijelaskan dalam instrumen pengumpulan data, responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert untuk memberikan tanggapannya terhadap variabel yang berkaitan dengan desain produk, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

2.3.2 Uji Kualitas Data

Data tidak akan berguna jika tidak memiliki validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu uji validitas dan uji reliabilitas diperlukan untuk mengukur keabsahan dan keandalan data yang diperoleh. Berikut merupakan uji kualitas data dalam penelitian ini

1. Uji Validitas

Menurut Arikunto [12], Uji validitas adalah proses untuk mengevaluasi seberapa baik alat pengukuran penelitian dapat mengukur variabel yang diinginkan.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono [10] Uji reliabilitas adalah langkah penting dalam penelitian kuantitatif karena digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten dan dapat diandalkan hasil yang dihasilkan oleh instrumen yang digunakan. Menurut Sujarweni [13] kuesioner dinyatakan reliabel apabila memiliki *Cronchbach's Alpha* lebih besar dari R-tabel (0,155),

3. Uji Prasyarat (Uji Asumsi Klasik)

- a) Uji Normalitas
- b) Uji Multikolinearitas
- c) Uji Heteroskedastisitas

2.3.3 Uji Model

a. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi berganda adalah teknik untuk mengukur besarnya pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi diinformasikan sebagai berikut:

$$Y = C + b_1X_1 + b_2X_2 + e \tag{1}$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
- C : Konstanta
- X₁ : Variabel Bebas 1 (Desain Produk)
- X₂ : Variabel Bebas 2 (Kualitas Produk)
- b₁-b₂ : Koefisien Regresi Berganda
- e : Koefisien Korelasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Karakteristik Responden

Terdapat dua karakteristik responden yang diamati pada penelitian ini yaitu jenis kelamin dan usia, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.1. Kedua karakteristik ini merupakan fokus utama dalam menggambarkan profil dan sifat responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	54	48,6
Perempuan	57	51,4
Jumlah		100

Sumber: Data Primer yang diolah

Data menunjukkan bahwa mayoritas konsumen PT Pratama Tunggu Tubang adalah perempuan, mencakup 51,4% dari total responden. Di sisi lain, konsumen laki-laki menyumbang persentase sebesar 48,6%. Hasil ini menandakan bahwa perusahaan memiliki basis pelanggan yang signifikan

dari kalangan perempuan, yang memainkan peran penting dalam pangsa pasar mereka. Meskipun jumlah konsumen laki-laki juga cukup besar, namun perusahaan mungkin perlu memberikan perhatian khusus pada kelompok perempuan untuk memahami lebih dalam preferensi dan kebutuhan mereka, serta mengembangkan desain dan kualitas yang lebih tertarget dan sesuai.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi	Presentase (%)
di bawah 25	44	40%
26 sd 30	26	23%
Diatas 31	41	37%
Jumlah		100%

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan Tabel 3.2, ditemukan bahwa mayoritas konsumen PT Pratama Tunggu Tubang memiliki usia di bawah 25 tahun, mencakup 40% dari seluruh responden. Selain itu, sebesar 23% konsumen berada dalam rentang usia 26 hingga 30 tahun, dan 37% berusia di atas 31 tahun. Temuan ini menggambarkan bahwa sebagian besar basis pelanggan perusahaan adalah kelompok usia muda, tetapi juga terdapat sejumlah signifikan dari kelompok usia 26-30 tahun dan usia di atas 31 tahun.

3.2 Analisis Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validasi kuesioner pada variabel desain produk sebanyak delapan pertanyaan, kualitas produk sebanyak lima pertanyaan, dan keputusan pembelian sebanyak tujuh pertanyaan diketahui bahwa semua variabel atau pertanyaan dinyatakan valid ($R_{table} < R_{hitung}$). Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner penelitian ini mampu mengukur dengan akurat untuk ketiga variabel. Adapun hasil uji validasi kuesioner dari tiga variabel penelitian ditunjukkan pada Tabel 3.3, Tabel 3.4, dan Tabel 3.5.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Desain Produk

No	Pertanyaan	R _{table}	R _{hitung}
1	Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang memiliki bentuk yang menarik sehingga menambah daya Tarik pada tampilan rumah	0,155	0,806
2	Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang memiliki ukuran yang bervariasi sehingga mudah disesuaikan dengan ukuran kusen dan ukuran rumah	0,155	0,860
3	Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang memiliki Desain terbaru yang <i>eye-catching</i> sehingga menarik untuk dilihat	0,155	0,835
4	Saya sangat menyukai desain Pintu Model <i>Old</i> yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang	0,155	0,758
5	Saya sangat menyukai desain Pintu Model Modern yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang	0,155	0,843
6	Saya sangat menyukai desain Pintu <i>American Classic</i> yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang	0,155	0,805
7	Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang mudah saat digunakan (tidak tersangkut oleh kusen pintu atau lantai karena bentuknya sangat presisi)	0,155	0,814
8	Saya memilih Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang karena mudah saat proses pemasangan	0,155	0,722

Sumber: Data yang diolah

Tabel 4. Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Rtable	Rhitung
1	Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang memiliki ketahanan yang kokoh karena berbahan kayu jati?	0,155	0,832
2	Tubang karena lebih awet dari kompetitor walaupun menggunakan material yang sama	0,155	0,884
3	Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang tetap berfungsi pada semestinya meski mengalami perubahan suhu di iklim tropis	0,155	0,863
4	Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang anti rayap dan jamur	0,155	0,850
5	Saya membeli Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang karena kedap suara	0,155	0,8748

Sumber: Data yang diolah

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel untuk Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Rtable	Rhitung
1	Saya memilih Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang karena harganya terjangkau	0,155	0,840
2	Saya membeli Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang karena lebih baik dari kompetitor yang harganya sama	0,155	0,868
3	Saya membeli Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang karena sesuai dengan selera (Gaya Hidup) saya	0,155	0,891
4	Saya membeli Pintu yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang karena memiliki tampilan (<i>Model Old, Model Pintu Model Modern yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang lebih banyak disukai, Americana Classic</i>) yang sesuai dengan gaya rumah yang saya miliki	0,155	0,888
5	lebih banyak disukai dibandingkan model Modern atau <i>Americana Classic</i> ?	0,155	0,853
6		0,155	0,881
7	Pintu Model <i>Americana Classic</i> yang diproduksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang lebih banyak disukai dibandingkan model Old atau Modern?	0,155	0,842

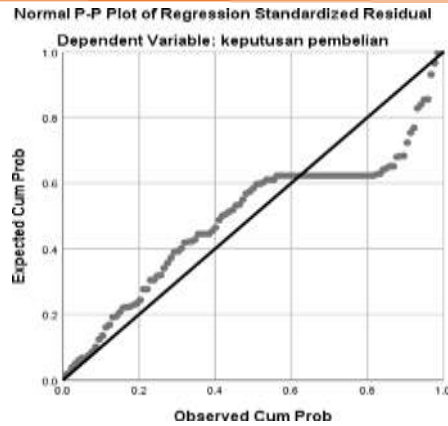
Sumber: data yang diolah

3.3 Analisis Uji Reliabilitas

Tahapan ini adalah melakukan uji reliabilitas dari tiga variabel pada kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil uji reliabilitas menyimpulkan bahwa instrumen-instrumen dari kuesioner “faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian” ini mampu secara konsisten dan andal sebagai alat ukur tiap responden. Hal ini ditunjukkan dari nilai *Cronchbach's Alpha* setiap variabel penelitian lebih besar 0,60. Adapun nilai *Cronchbach's Alpha* untuk desain produk sebesar 0,959, kualitas produk sebesar 0,937, dan keputusan pembelian sebesar 0,943.

3.4 Analisis Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui ketepatan dalam estimasi, konsistensi suatu persamaan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian didapat bahwa model regresi linier OLS valid sebagai alat penduga. Uji normalitas membuktikan bahwa model persamaan memiliki distribusi normal, Uji *Multikolinearitas* menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antara desain dan kualitas produk, dan uji *heteroskedastisitas* menunjukkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas* karena terjadi kondisi konstan dalam setiap pengamatan. Hasil uji asumsi klasik ditunjukkan pada Gambar 1, Gambar 2, dan Gambar 3.



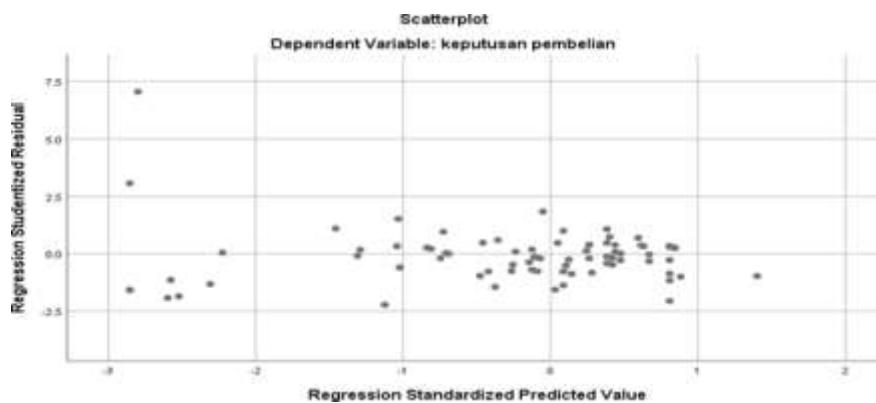
Gambar 1. Normal Probability Plot

Coefficients ^a								
		Standardized		Unstandardized		Collinearity Statistics		
	Model B	Std. Error	Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.634	1.377			4.817	.000	
	desain produk	-.111	.071	-.136	-1.558	.122	.297	3.370
	kualitas produk	1.269	.112	.981	11.281	.000	.297	3.370

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Data yang diolah

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinieritas



Gambar 3. Hasil uji heteroskedastisitas

3.4 Pengujian Hipotesis

Tujuan dari pengujian hipotesis penelitian adalah untuk membuktikan bahwa variabel independen seperti desain produk dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dibuat oleh pelanggan PT Pratama Tunggu Tubang. Pengujian ini menggunakan

analisis regresi berganda, dan hasilnya akan dijelaskan menggunakan program SPSS. Menurut Ghozali [15] menjelaskan bahwa jika nilai t hitung dari variabel independen (X) lebih besar dari T tabel, maka secara parsial variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.4.1 Uji T

Jika nilai t hitung > dari t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya jika nilai t hitung < dari t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1) = t (0,05/2; 111-2-1) = (0,025;109) = 1.9819$$

Tabel 6. Hasil perhitungan T hitung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.634	1.377		4.817	.000
	desain produk	-.111	.071	-.0136	-1.558	.122
	kualitas produk	1.269	.112	.981	11.281	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Data yang diolah

$$Y = C + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6.634 - (0.111) X_1 + (1.269) X_2$$

$$Y = 6.634 - 0.111 + 1.269$$

Berdasarkan model regresi dan tabel 3.6 diatas, maka hasil regresi berganda yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. $C = 6.636$
 Berdasarkan hasil analisis, persamaan regresi linier berganda di atas, diketahui mempunyai konstanta sebesar 6.634. besaran konstanta menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (desain produk dan kualitas produk) diasumsikan 0, maka variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 6.634, saat faktor lainnya dalam keadaan konstan.
2. $b_1 = -0.136$
 Berdasarkan hasil analisis, koefisien variabel desain produk sebesar - 0.136 menunjukkan bahwa jika variabel gaya kepemimpinan meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar -0.136, saat faktor lain dalam keadaan konstan.
3. $B_2 = 11.281$
 Berdasarkan hasil analisis, koefisien variabel kualitas produk sebesar 11.281 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 11.281, saat faktor lain dalam keadaan konstan.

3.4.2 Uji F

Jika nilai f hitung > dari f tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya jika nilai f hitung < dari f tabel maka secara simultan tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$F \text{ tabel} = f (k; n-k) = f (2; 111-2) = 3,080$$

Tabel 7. Hasil perhitungan F hitung ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3913.842	2	1956.921	168.857	.000 ^b
	Residual	1251.636	108	11.589		
	Total	5165.477	110			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, desain produk

Sumber: Data yang diolah

Pengujian Hipotesis Pertama (H₁) Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial desain produk (X₁) dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dengan kata lain ada tidaknya perubahan desain dalam produk pintu yang di produksi oleh PT Pratama Tunggu Tubang tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen PT Pratama Tunggu Tubang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung dalam penelitian ini lebih kecil dari nilai t tabel untuk pengaruh variabel desain produk (X₁) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung (-1.558) < t tabel (1.98197), sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ ditolak yang berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel desain produk (X₁) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), hasil ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariella [16] yang menghasilkan bahwa desain produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam model regresi yang terbentuk, pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian bersifat negatif. Pengujian Hipotesis Kedua (H₂) Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial kualitas produk (X₂) dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen PT Pratama Tunggu Tubang. hal ini dibuktikan dengan hasil nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel untuk pengaruh variabel kualitas produk (X₂) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah t hitung (11.281) > t tabel (1.98197), sehingga dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima yang berarti secara parsial variabel kualitas produk (X₂) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh kodu [17] yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian Hipotesis ketiga (H₃) Berdasarkan output hasil perhitungan SPSS diatas diketahui nilai f hitung untuk pengaruh variabel X₁ dan X₂ secara simultan terhadap Y adalah sebesar 168.857 > f tabel 3,080, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima yang berarti secara bersama sama variabel desain produk (X₁) dan kualitas produk (X₂) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Basrah [5] yang menghasilkan Kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel desain produk (X₁) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Namun, variabel kualitas produk (X₂) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Selain itu, secara bersama-sama, variabel desain produk (X₁) dan variabel kualitas produk (X₂) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), menandakan bahwa kombinasi kualitas produk yang baik dengan desain produk yang menarik memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain itu, data juga mengungkapkan bahwa mayoritas konsumen PT Pratama Tunggu Tubang adalah perempuan, yang mencakup 51,4% dari total responden, sementara konsumen laki-laki menyumbang 48,6%. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki basis pelanggan yang signifikan dari kalangan perempuan, yang dapat menjadi potensi pasar yang sangat berarti. Dengan pangsa pasar perempuan yang signifikan ini, PT Pratama Tunggu Tubang perlu mengenali peran penting yang dimainkan oleh kelompok konsumen ini dalam kesuksesan perusahaan. Menerapkan

pendekatan pemasaran yang lebih khusus, berfokus pada nilai-nilai dan preferensi perempuan, dan menyediakan produk yang memenuhi ekspektasi mereka, dapat membuka jalan bagi pertumbuhan bisnis yang lebih lanjut. Selain itu, mengidentifikasi tren dan perubahan yang terjadi dalam perilaku konsumen perempuan juga menjadi kunci untuk tetap unggul dan relevan di pasar yang selalu berubah ini.

Untuk kepentingan penelitian masa depan, diusulkan untuk menggali faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti citra merek, harga, promosi, atau faktor-faktor psikologis. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat memfokuskan pada analisis perilaku pembelian antara konsumen perempuan dan laki-laki, untuk lebih memahami perbedaan preferensi dan kebutuhan mereka. Penelitian juga dapat diperluas untuk mengeksplorasi faktor eksternal seperti situasi ekonomi atau tren pasar yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, penelitian masa depan ini akan memberikan sumbangan yang berharga dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif.

REFERENCES

- [1] T. E. Ziraga and H. Wandebori, "Strategic Assessment of Indonesian Furniture Industry," *J. Bus. Manag.*, vol. 4, no. 6, pp. 644–662, 2015.
- [2] A. Widodo, K.H., Arbita, K.P.D. and Abdullah, "Sistem Dinamis Industri Furniture Indonesia dari Perspektif Supply Chain Management yang Berkelanjutan," *Agritech J. Fak. Teknol. Pertan. UGM*, vol. 30, no. 2, pp. 107–115, 2010.
- [3] F. Ayu and N. Farida, "Desain Dan Evaluasi Product Service System (Pss) Pada Perusahaan Furniture Design and Evaluation Product Service System (Pss) for Furniture Company," 2016.
- [4] S. Kuswandi, E. Indriastiningsih, Y. Pasmawanti, and S. Juhara, *Perancangan Teknik Industri*. Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- [5] B. Saidani, M. A. Rachman, and M. Rizan, "Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur," *J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 4, no. 2, pp. 201–217, 2013.
- [6] D. S. Mukarromah and C. Rofiah, "346-Article Text-666-1-10-20190625 (1)," *JMD J. Manaj. dan Bisnis Dewantara*, vol. 2, no. 1, pp. 27–36, 2019.
- [7] D. Reven, T. Ferdinand, and J. Manajemen, "Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 6, no. 3, pp. 1–13, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- [8] U. Sekaran, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley & Sons, 2020.
- [9] C. John William, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publication, 2021.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2019.
- [11] H. Krsianto, *Statistik Inferensia*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2008.
- [12] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- [13] W. Sujarweni, *Metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.

- [14] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [15] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- [16] R. I. Ariella, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid,” *PERFORMA J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 215–221, 2018.
- [17] S. Kodu, “Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza,” *J. EMBA*, vol. 1, no. 3, pp. 1251–1259, 2013, doi: 10.1002/pola.21914.