

## **Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Serba Alumunium**

Kevin Josua Manabung  
Irfan Wildzan Muafa  
Apolinaris Sapuk Awotkay

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Musamus

Email : [kevinjosua231@gmail.com](mailto:kevinjosua231@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Permasalahan dalam penelitian ini terkait keterbatasan penawaran desain dan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Serba Alumunium Merauke. Populasi yang digunakan berjumlah 334 sampel yang digunakan 77 responden, teknik pengambilan datanya menggunakan metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder sedangkan teknik pengumpulan data meliputi kuesioner, wawancara, observasi dan studi pustaka. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala Likert dan menggunakan program SPSS versi 25 dengan metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda. Desain berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke, terlihat dari nilai  $t_{hitung} 2,414 > t_{tabel} 1,675$ . Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium, dilihat dari nilai  $t_{hitung} 5,843 > t_{tabel} 1,675$ . Desain dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke, dilihat dari nilai  $F_{hitung} 31,990 > F_{tabel} 3,12$ .

**Kata Kunci: Desain, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen**

**Copy Right @ 2023 MJBM FEB Universitas Musamus**

### **ABSTRACT**

*The problem in this study is related to the limitations of the design offering and product quality. This study aims to determine the effect of design and product quality on consumer satisfaction at the Merauke Aluminum Convenience Store. The population used is 334 and the sample is 77 respondents. The data collection technique used in this research is quantitative research, the data sources used are primary and secondary data, while the data collection techniques include questionnaires, interviews, observations and literature studies. Measurements in this study using Likert scale measurements and using SPSS version 25 program with the analytical method used is the method of multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the design has a significant and positive effect on consumer satisfaction who buys products at the Merauke Aluminum Convenience Store, as seen from the  $t_{count} 2.414 > t_{table} 1.675$  with a significance value  $<0.05$ . Product quality has a significant and positive effect on consumer satisfaction who buys products at the Aluminum Convenience Store, seen from the value of  $t_{count} 5.843 > t_{table} 1.675$ . Product design and quality have a significant and positive effect on consumer satisfaction who buys products at the Merauke Aluminum Convenience Store, seen from the  $F_{count} 31.990 > F_{table} 3.12$ .*

**Keywords :** Design, Product Quality, Consumer Satisfaction

## **Pendahuluan**

Saat ini perusahaan perlu memberikan atribut dan kualitas produk terbaik untuk memuaskan konsumen. Bagi produsen, kepuasan konsumen memegang peranan penting dalam menentukan apakah kualitas dari sebuah produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen, karena permintaan produk yang begitu banyak. Tolak ukur suatu perusahaan adalah produk yang dibutuhkan dan dikonsumsi sesuai harapan pelanggan.

Desain produk merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen ketika memilih desain produk yang ditawarkan oleh produsen. Desain adalah seperangkat karakteristik yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsionalitas produk kepada konsumen (Kotler & Keller, 2016). Ini memberikan manfaat fungsional, estetika dan menarik bagi aspek rasional dan emosional. Desain merupakan salah satu faktor penting bagi suatu produk dan juga penting bagi konsumen dalam hal memilih produk yang diinginkan. Semakin menarik desain produk, semakin banyak konsumen akan tertarik pada produk tersebut. Tentunya apa bila desain produk yang dibuat menarik dan berdasarkan keinginan serta harapan konsumen akan berujung pada kepuasan konsumen.

Kualitas produk harus dapat memenuhi fitur produk seperti daya tahan keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, kemampuan perbaikan produk, dan atribut produk lainnya (Kotler & Armstrong, 2014). Kualitas produk merupakan sesuatu hal yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diketahui, dicari, dibeli, dan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan pasar yang bersangkutan. Selain itu, kualitas produk merupakan faktor penting dalam berbisnis yang harus diperhatikan baik oleh produsen dan konsumen. Hal ini karena kualitas dapat mempengaruhi minat pelanggan dalam memilih jenis produk yang akan dibeli.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dan kondisi yang ditunjukkan oleh para konsumen dimana mereka sadar bahwa kebutuhan dan keinginan yang mereka butuhkan telah terpenuhi serta sesuai dengan yang diharapkan (Tjiptono, 2010). Kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa yang secara langsung muncul setelah membandingkan kualitas kinerja dan hasil dari ide produk dengan kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2016). Konsumen merasa puas ketika apa yang ditawarkan oleh penyedia layanan dapat memenuhi kebutuhan yang mereka butuhkan. kemudian di sisi lain, konsumen merasa tidak puas ketika apa yang ditawarkan tidak sesuai dengan yang mereka butuhkan.

## **Tinjauan Pustaka**

Desain produk merupakan seperangkat karakteristik yang dapat mempengaruhi hasil penampilan dan fungsionalitas suatu produk dalam hal memenuhi kebutuhan konsumen (Kotler, 2013). Desain adalah sebuah ide yang bisa mempengaruhi tampilan dan rasa serta fungsi dari suatu produk kepada konsumen, dan desain produk juga bisa membantu konsumen untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya (Kotler & Keller, 2016) Perusahaan memiliki tiga opsi strategis yaitu (Tjiptono & Chandra, 2012):

1. Untuk mewujudkan skala ekonomi produk standar, perusahaan memproduksi secara massal.
2. Produk yang sudah dimodifikasi, adalah produk yang dapat memenuhi minat dan kebutuhan serta sesuai dengan harapan pelanggan. Cara ini dapat digunakan untuk bersaing dengan produsen massal melalui desain produk yang fleksibel..
3. Produk standar memodifikasi kombinasi dari dua strategi di atas, produk standar yang sudah berpengalaman dapat mengembangkan sebuah produk baru.

Desain produk dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan yang dimaksud yakni berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut (Azany, 2014). Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar konsumen semakin mudah dalam menggunakan suatu produk. Indikator terkait desain produk (Azany, 2014), yaitu :

1. Variasi desain adalah desain yang ditawarkan mempunyai banyak ragam atau pilihan.
2. Model terbaru adalah Model atau desain akan berganti bentuk, ukuran dan warna sesuai waktu yang telah ditentukan.
3. Desain mengikuti tren adalah model atau desain produk mengikuti perkembangan zaman mulai dari warna, bentuk dan ukuran.

Produk adalah sesuatu yang dapat dipasarkan untuk memperhatikan, memperoleh, menggunakan, dan mengkonsumsi serta untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan kualitas adalah total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan setelah penggunaan produk atau jasa tersebut Oleh karena itu, bisnis perlu memahami apa kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas suatu produk adalah produk yang dihasilkan dan mempunyai karakteristik yang bergantung pada kemampuan produk tersebut dan dapat dipilih oleh konsumen untuk dibeli, serta produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kualitas produk adalah penilaian keseluruhan pelanggan atas kinerja yang dihasilkan baik dari suatu produk atau layanan (Sangadji & Sopiah, 2013). Kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk dapat menjalankan fungsinya sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan dalam hal ini berfokus pada daya tahan keseluruhan, akurasi, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikan, dan karakteristik produk lainnya (Kotler & Armstrong, 2014) (Kotler & Armstrong, 2014). Kualitas suatu produk memiliki dua dimensi berikut ini yaitu (Kotler & Keller, 2009):

1. Tingkat kualitas  
Ketika mengembangkan suatu produk, perusahaan pertama-tama perlu memilih tingkat kualitas yang secara tidak langsung bisa mendukung positioning produk. Kualitas produk merupakan kualitas kemampuan produk untuk dapat menjalankan perannya.
2. Konsisten kualitas

Selain itu tingkat kualitas yang tinggi juga dapat berarti bahwa produk yang dihasilkan telah dilakukan secara efektif dan konsisten. Kualitas produk sama halnya dengan jaminan kualitas yang konsisten dan tanpa cacat dalam memberikan tingkat kinerja yang diinginkan.

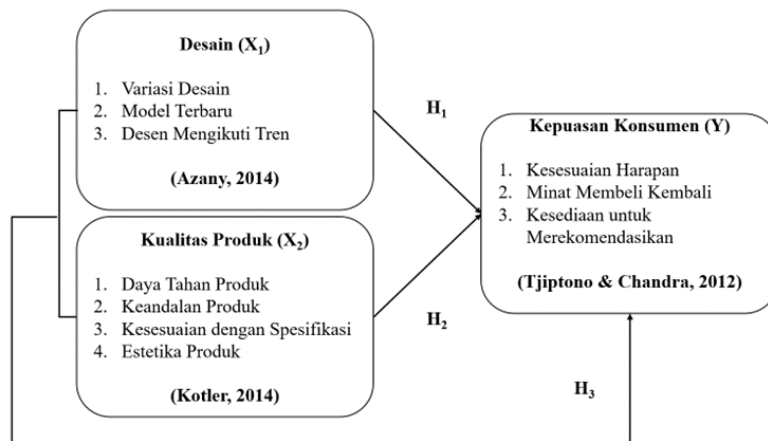
Indikator dari variabel kualitas produk sebagai berikut (Kotler, 2014):

1. Daya tahan produk  
Daya tahan mengacu pada seberapa lama produk bisa digunakan yang artinya berapa kali produk telah digunakan sebelum diganti atau rusak.
2. Keandalan produk  
Yaitu mewakili bagian probabilitas produk inti yang dibeli bekerja sesuai dengan fungsi yang diharapkan.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi  
Kesesuaian dengan spesifikasi adalah sejauh mana karakteristik desain dan operasi sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.
4. Estetika produk  
Merupakan daya tarik keindahan suatu produk kepada panca indera.

Kepuasan konsumen merupakan suatu persentasi dari perasaan konsumen setelah mereka menyamakan manfaat yang mereka rasakan dibandingkan dengan harapannya (Muafa, 2018). Pelanggan yang belum merasa puas di sisi lain akan menimbulkan risiko bagi perusahaan seperti, munculnya para pesaing, boikot, atau protes kelompok konsumen. Ketidakpuasan pelanggan dapat menjadi aspek identifikasi untuk menemukan kelemahan produk dan layanan yang tidak sesuai dengan standar kepuasan baik konsumen maupun pemerintah. Perilaku sesudah melakukan transaksi pembelian adalah apa yang dirasakan oleh konsumen setelah membeli produk atau jasa yang ditawarkan dan puas atau tidak puas terhadap produk yang dihasilkan dan jasa yang ditawarkan. Kepuasan konsumen merupakan rasa senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen setelah melihat perbandingan kesan kinerja produk yang sebenarnya/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan (Sangadji & Sopiah, 2013). Dari variabel kepuasan konsumen ada beberapa indikatornya yaitu (Tjiptono & Chandra, 2012):

1. Kesesuaian harapan  
Setiap konsumen pasti menginginkan dan mengharapkan produk yang mereka beli harus berkualitas tinggi dan sesuai dengan yang mereka butuhkan.
2. Minat membeli kembali  
Keadaan ini biasanya terjadi ketika konsumen merasa puas dengan pelayanan dan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
3. Kesiediaan untuk merekomendasikan  
Perusahaan biasanya mencoba untuk meminta pelanggan mereka agar dapat merekomendasikan salah satu produk baik produk lama maupun produk baru.

**Gambar 1 Model Penelitian**



## Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, karena datanya mengacu pada angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang harus menggunakan nilai numerik, dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data, dan penampilan hasil (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan ada dua kategori tipe data yakni data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2016). Kemudian didalam penelitian ini jumlah populasi berjumlah 334 yang diambil dari jumlah data pelanggan Toko Serba Alumunium tahun 2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Insidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui ini cocok dengan sumber data selama penelitian ini berlangsung (Sugiyono, 2016). Dari penentuan sampel menggunakan rumus Slovin didapatkan jumlah sampel sebesar 77 responden.

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

$n$  = Jumlah sampel.

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Batas toleransi kesalahan 10% atau (0,1)

$$= \frac{334}{1 + 334.01^2}$$

$$= \frac{334}{1 + 334.001^2}$$

$$n = \frac{334}{4,34} = 76,9 = 77$$

## Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Serba Alumunium Merauke yang berjumlah 77 responden digunakan sebagai informasi dalam penelitian ini. Proses pengambilan

data penelitian ini yaitu dengan cara memberikan kuesioner kepada para responden secara langsung dan meminta responden untuk mengisi dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pada objek penelitian yaitu Toko Serba Alumunium Merauke. Berikut ini penulis mendeskripsikan para responden penelitian yang terbagi menjadi 2 yaitu :

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	55 Orang	71%
Perempuan	22 Orang	29%
Total	77 Orang	100%

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasar Usia

Usia	Jumlah	Persentase
<25 Tahun	4 Orang	5%
26-35 Tahun	18 Orang	23%
36-45 Tahun	25 Orang	32%
>46 Tahun	30 Orang	39%
Total	77 Orang	100%

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen yang sering membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke adalah konsumen laki-laki yang berjumlah 55 orang dengan presentase 71%. Sedangkan jumlah konsumen berjenis kelamin perempuan berjumlah 22 orang dengan presentase 29%. Kemudia, konsumen yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke yang berusia dibawah 25 tahun berjumlah 4 orang dengan presentase 5%. Kemudian yang berusia 26-35 tahun berjumlah 18 orang dengan presentase 23%. Selanjutnya usia 36-45 tahun berjumlah 25 orang dengan presentase 32%. Sedangkan yang berusia lebih dari 46 tahun berjumlah 30 orang dengan presentase 39%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui instrumen penelitian valid dan handal untuk mengumpulkan data dari responden, maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0,232) dan bernilai positif, dengan demikian seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
		r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Ket.	Alpha Cronchbach	Nilai Kritis	Ket.
Desain	1	0,811	0,189	Valid	0,741	0,700	Reliabel
	2	0,546	0,189	Valid			
	3	0,583	0,189	Valid			
	4	0,807	0,189	Valid			
	5	0,336	0,189	Valid			
	6	0,832	0,189	Valid			

Variabel	Item	Uji Validitas			Uji Reliabilitas		
		r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Ket.	Alpha Cronchbach	Nilai Kritis	Ket.
Kualitas Produk	1	0,610	0,189	Valid	0,703	0,700	Reliabel
	2	0,452	0,189	Valid			
	3	0,297	0,189	Valid			
	4	0,660	0,189	Valid			
	5	0,677	0,189	Valid			
	6	0,597	0,189	Valid			
	7	0,668	0,189	Valid			
	8	0,457	0,189	Valid			
Kepuasan Konsumen	1	0,918	0,189	Valid	0,851	0,700	Reliabel
	2	0,350	0,189	Valid			
	3	0,864	0,189	Valid			
	4	0,909	0,189	Valid			
	5	0,524	0,189	Valid			
	6	0,918	0,189	Valid			

Berdasarkan nilai Cronbach Alpha pada tabel 3 memperlihatkan bahwa ketiga variabel X1, X2 dan Y lebih besar dari 0,700 maka dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan pada setiap variabel adalah reliabel, yang artinya kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesiner yang handal atau terpercaya sebagai alat pengumpul data.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.862	2.661		1.076 .286
	Desain Produk (X1)	.245	.101	.228	2.414 .018
	Kualitas Produk (X2)	.500	.086	.551	5.843 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel diatas diketahui persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

**Y=2,862+0,228X1+0,551X2**

Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan tabel 4 diperoleh variabel Desain Produk dengan nilai *t*<sub>hitung</sub> sebesar 2,414 > dari *t*<sub>tabel</sub> sebesar 1,665, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima yang berarti Desain Produk (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selanjutnya, pada variabel Kualitas Produk memiliki nilai *t*<sub>hitung</sub> sebesar 5,843 > dari *t*<sub>tabel</sub> sebesar 1,665, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> diterima yang berarti Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji F

Tabel 5 Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	513.211	2	256.606	31.990
	Residual	593.594	74	8.022	
	Total	1106.805	76		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Desain Produk (X1)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Desain Produk dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan tabel 5 diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $31,990 > \text{dari } F_{tabel} \text{ } 3,12$  atau dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,005$ . Dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka  $H_3$  diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa Desain Produk dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Kofisien determinasi

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 <sup>a</sup>	.464	.449	2.832

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Desain Produk (X1)  
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Merujuk pada hasil pengolahan data yang disajikan pada tabel 6 diketahui R Square sebesar 0,449. Data ini memperlihatkan bahwa variabel Desain Produk dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 45% sisanya 55% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur pada penelitian ini.

Pengaruh Desain Terhadap Kepuasan Konsumen

Kemudian dari hasil pengolahan data didapat hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif variabel  $X_1$  (desain) terhadap variabel Y (kepuasan Konsumen) yang membeli produk pada Toko Serba Aluminium Merauke. Dari hasil jawaban responden dapat diketahui bahwa desain yang ditawarkan Toko Serba Aluminium mampu memberikan kepuasan pelanggan dimana terlihat bahwa produk aluminium yang dibuat perusahaan memiliki model desain terbaru. Selain itu desain produknya berkualitas dan menarik sehingga disukai pelanggan, dan produknya juga memiliki desain modern yang mengikuti trend saat ini, sehingga pelanggan puas menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa



desain berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang membeli produk Toko Serba Alumunium, artinya jika desain ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan ikut meningkat.

Kemudian dari hasil pengolahan data didapat hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif variabel  $X_1$  (desain) terhadap variabel Y (kepuasan Konsumen) yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke. Penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu (Mulyanto, 2017) dengan judul “Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Industri Rumah Tangga Nikki Jaya Merauke”, Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa “Desain memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Nikki Jaya Merauke”. Selanjutnya penelitian ini di dukung oleh penelitian (Murti, 2018) dimana hasil dari penelitaian ini menunjukan bahwa Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rasa Lokal Denpasar. Kemudian penelitian ini diperkuat dari hasil penelitian (Prayoga, 2019) dengan judul “ Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Rapy Ray Putra Tama Medan. Hasil menunjukan bahwa Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan jawaban responden dapat diketahui bahwa konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dipengaruhi oleh kualitas produk, ini terlihat bahwa produk Toko Serba Alumunium kuat dan tahan lama, setiap produk Toko Serba Alumunium sangat handal dan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan. Selain itu setiap produk Toko Serba Alumunium memiliki fitur produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Desain produk yang ditawarkan Toko Serba Alumunium memiliki tampilan yang menarik dan juga dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Hal ini membuat Produk Toko Serba Alumunium di sukai semua kalangan masyarakat karena terbukti kuat menarik dan tahan lama, sehingga konsumen tidak kecewa terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen yang membeli produk Pada Toko Serba Alumunium Merauke, artinya jika faktor kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Dari hasil pengolahan data didapat hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif variabel  $X_2$  (kualitas produk) terhadap variabel Y (kepuasan Konsumen) yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Fajar, 2017) dengan judul “Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian Motor Honda Tiger”. Dimana hasil menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya penelitian ini di dukung oleh penelitian (Hariyanto, 2016) dengan judul “Pengaruh Harga, Desain Produk , Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Mebel UD. Duta Jati Tahun 2016)”. Dimana hasil dari penelitaian ini menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mabel UD.

Duta Jati. Kemudian penelitian ini diperkuat dari hasil penelitian (Sidik, 2017) dengan judul “Analisis Kualitas Dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Meubel Sofa di Gresik”. Hasil menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Desain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari jawaban responden diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen pada Toko Serba Alumunium cukup tinggi, dimana terlihat dari konsumen puas dengan produk yang dibeli dan bersedia merekomendasikan produk yang tawarkan Toko Serba Alumunium karena sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu konsumen berminat untuk membeli kembali produk Toko Serba Alumunium.

Dari hasil pengolahan data didapat hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk Toko Serba Alumunium Merauke. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Nurjanah, 2018) dengan judul “Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Industri Rumahan Santika Kulit Merauke”. Dimana hasil menunjukkan bahwa, desain dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada produk industri rumahan santika kulit merauke.

Selanjutnya penelitian ini didukung dari hasil penelitian (Prayoga, 2019) dengan judul “Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Rapy Ray Putra Tama Medan. Hasil menunjukkan bahwa desain dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian penelitian ini di perkuat oleh penelitian (Hariyanto, 2016) dengan judul “Pengaruh Harga, Desain Produk , Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Mebel UD. Duta Jati Tahun 2016)”. Dimana hasil dari penelitaian ini menunjukkan bahwa desain dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mabel UD. Duta Jati.

Penelitian ini menerima hipotesis, yakni ada pengaruh desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke dan pengaruh tersebut adalah signifikan pada taraf 0,05. Pengaruh yang signifikan mengandung makna bahwa hasil penelitian ini dikatakan positif yang merupakan gambaran umum dari seluruh anggota populasi. Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa desain dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan analisis kesimpulan dan uji hipotesis didapatkan seluruh data yang diperoleh tentang desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Serba Alumunium Merauke. Sehingga penulis menarik kesimpulan berdasarkan analisis tersebut yaitu:

1. Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke, dilihat dari nilai  $t_{hitung} 2,414 > t_{tabel} 1,675$ .
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium, dilihat dari nilai  $t_{hitung} 5,843 > t_{tabel} 1,675$ .
3. Desain dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang membeli produk pada Toko Serba Alumunium Merauke, dilihat dari nilai  $F_{hitung} 31,990 > F_{tabel} 3,12$ .

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka, saran yang dapat penulis sampaikan kepada pihak Toko Serba Alumunium Merauke adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan perusahaan lebih meningkatkan dan menciptakan inovasi desain produk terbaru Toko Serba Alumunium yang berkualitas dan menarik karena desain merupakan tampilan utama bagi produk yang dipasarkan, salah satunya dengan cara mencari bentuk desain yang diminati oleh konsumen dan juga tetap mempertahankan kualitas produk serta selalu berinovasi akan variasi desain produknya sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat dan perusahaan dapat memperoleh laba yang signifikan.
2. Diharapkan perusahaan mampu meningkatkan kualitas produk dari segi tampilan dengan cara memberikan kualitas produk secara prima dan menarik sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen karena hal ini dapat mempengaruhi daya beli konsumen, dimana kualitas produk menjadi tujuan utama konsumen dalam membeli sebuah produk.
3. Diharapkan perusahaan harus dapat melihat dan membaca apa yang bisa membuat konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Agar para konsumen dapat merokemendasikan produk yang mereka beli kepada keluarga maupun orang lain yang akan membutuhkan produk tersebut.

## **Daftar Pustaka**

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azany, F. (2014). *Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio*. Universitas Diponegoro.
- Fajar, T. C. Al. (2017). *Pengaruh desain dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian motor Honda Tiger*. Universitas Negeri Malang.
- Hariyanto. (2016). *Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Mebel UD Duta Jati Tahun 2016)*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

- Muafa, I. W. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jne Di Merauke. *Musamus Journal of Business & Management*, 1(1), 32–46.
- Mulyanto, A. (2017). *Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Industri Rumah Tangga Nikki Jaya Merauke*. Universitas Musamus Merauke.
- Murti, G. A. (2018). *Analisis Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus di Rasa Lokal Denpasar, Bali*. Universitas Islam Indonesia.
- Nurjanah. (2018). *Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Industri Rumahan Santika Kulit Merauke*. Universitas Musamus Merauke.
- Prayoga, R. (2019). *Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Rapy Ray Putratama-Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian. In *Yogyakarta: Andi*. ANDI.
- Sidik, R. (2017). Analisis Kualitas dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Meubel Sofa di Gresik. *Manajemen Bisnis-MEBIS*, 1(1).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi offset.