

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERAJINAN BATOK KELAPA TASMI COLLECTION

Bella Margareta¹, Ema Nurzainul Hakimah², Sigit Ratnanto³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
bellamargareta5@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 30/06/2024

Tanggal Revisi : 04/07/2024

Tanggal Diterima : 10/07/2024

Abstract

This research aims to evaluate the influence of product quality on the decision to purchase coconut shell crafts from the Tasmi Collection. This research uses a quantitative method approach. The population in this research are consumers who have made purchases at Tasmi Collection coconut shell crafts. The sampling technique is probability sampling with a sample size of 40 people. Data collection techniques use questionnaires or Google forms which have been tested through validity and reliability tests. The analysis technique uses the classic assumption test, simple linear regression and hypothesis testing using SPSS version 25 software. The results of this study found that product quality influences the decision to purchase coconut shell crafts at the Tasmi Collection.

Keywords: Product Quality, Decision to Purchase, Tasmi Collection, Coconut Shell Crafts

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan guna mengevaluasi pengaruh kualitas produk, terhadap keputusan pembelian kerajinan batok kelapa dari Tasmi Collection. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di kerajinan batok kelapa Tasmi Collection. Teknik pengambilan sampel adalah probabilitas sampling dengan jumlah sampel 40 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau google form yang telah diuji melalui uji validitas dan uji realibilitas. Teknik analisis menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier sederhana dan uji hipotesis memakai uji dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menemukan bahwasannya kualitas produk berpengaruh terkait keputusan pembelian kerajinan batok kelapa di Tasmi Collection.

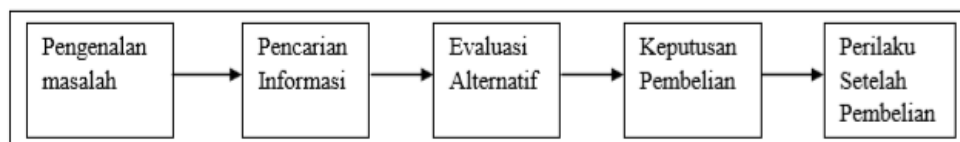
Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Kerajinan Batok Kelapa, Tasmi Collection

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan besar juga efektif terkait pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM ialah pokok guna membuka lapangan pekerjaan, menanggulangi kemiskinan, serta menunjang tumbuhnya ekonomi inklusif. Di tengah persaingan pemasaran yang semakin ketat, UMKM harus berfokus di upaya meningkatkan komunikasi serta kualitas produk hiingga bisa mendatangkan konsumen. Modernisasi teknologi penjualan memberikan kebebasan kepada konsumen dalam memilih produk, mendorong UMKM untuk bersaing cepat dalam menarik perhatian konsumen. Penggunaan teknologi seperti e-commerce, *social media*, juga *platform online* lain memungkinkan UMKM meraih pasar makin lebar serta menunjang peningkatan visibilitas produk mereka.

Sesuai pada data dari Kementerian Koperasi serta UKM, di tahun 2019 ada 65,4 juta unit usaha UKM didalam Indonesia yang mampu menampung 123,3 ribu karyawan. Angka ini menjabarkan besarnya pengaruh UKM dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Peningkatan partisipasi pekerja di UKM tidak hanya mengurangi pengangguran, tetapi juga mendukung stabilitas sosial dan ekonomi negara. Saat ini, UKM di Indonesia ada pada tren perkembangan baik bersama jumlah yang senantiasa meningkat tiap tahun. Tren tersebut punya dampak baik untuk ekonomi di Indonesia karena UKM punya peran utama ketika membuka lowongan pekerjaan, menanggulangi kemiskinan, hingga menunjang tumbuhnya ekonomi yang inklusif. Sesuai pada informasi dari Kementerian Koperasi serta UKM, pangsa UKM terkait produk nasional mencapai 60,5%. Hal itu menjabarkan bahwasannya UKM Indonesia memiliki potensi besar untuk berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian nasional [1].

Saat ini, persaingan diantara perusahaan makin besar, serta perusahaan haruslah sanggup menyebarkan citra baik terkait produknya pada pelanggan dengan memperhatikan fitur, kualitas, manfaat, desain, dan jenis produk. Ini adalah kunci untuk bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Industri kerajinan tempurung kelapa di Indonesia, terutama perusahaan "Tasmi Collection," memiliki potensi ekonomi yang besar. Tasmi Collection menonjol karena kualitas produk kerajinan batok kelapanya. Penelitian yang dilaksanakan punya tujuan guna mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan di UMKM Tasmi Collection, meskipun persaingan dalam industri kerajinan tempurung kelapa semakin ketat. Kajian ini sangat penting dalam industri kerajinan batok kelapa, karena pelanggan kini semakin sadar akan kualitas produk. Pemahaman mendalam tentang tahapan-tahapan yang memberi pengaruh pada keputusan pembelian konsumen di pasar yang kompetitif sangat penting bagi keberhasilan bisnis.



Sumber: Philip Kotler (2013:268)

Gambar 1. Tahapan-tahapan Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah respons pelanggan terhadap perbedaan antara kinerja yang diharapkan sebelum penggunaan dan kinerja yang dirasakan setelah penggunaan. Tujuan utama bisnis adalah menciptakan pelanggan yang puas, dan keputusan pembelian membawa manfaat berupa hubungan yang harmonis, peluang pembelian berulang, dan rujukan yang bisa meningkatkan keuntungan bisnis. Keputusan pembelian melibatkan proses evaluasi pilihan dan pemilihan di antara beberapa produk. Keputusan ini mencakup pemilihan merek favorit dan bisa diberi pengaruh oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk. Keputusan pembelian merupakan faktor kunci dalam retensi pelanggan, memberi pengaruh pada perilaku konsumen sebelum dan sesudah pembelian, serta memberikan dampak positif pada hubungan antara bisnis dan pelanggan..

Keberhasilan sebuah produk tak hanya diciptakandari seberapa baik produk tersebut dipasarkan, namun pula dari kualitas yang ditawarkan. Kualitas produk yang bagus tidak hanya memberi pengaruh pada keputusan pembelian awal customer, tetapi juga berpotensi menciptakan pelanggan yang loyal dan mendorong pembelian berulang. Konsumen cenderung memilih produk yang tak hanya menyanggupi keperluan mereka, namun pula memberikan poin tambahan seperti keandalan, desain yang menarik, dan pengalaman pengguna yang memuaskan [2]. Persaingan yang ketat di pasar menuntut perusahaan guna tidak hanya menyediakan produk, tetapi juga menawarkan produk berkualitas tinggi dengan keunggulan yang membedakan mereka dari pesaing. Kualitas produk tidak hanya mencakup keindahan desain atau ketahanan, tetapi juga berbagai aspek yang memberi pengaruh pada pengalaman pengguna, contohnya yakni daya tahan, eksklusivitas, kenyamanan penggunaan, serta optimalisasi fungsi produk ataupun komponennya.

Daya tahan yang baik merupakan faktor krusial dalam menilai kualitas suatu produk. Konsumen cenderung mencari produk yang tak hanya bertahan lama namun pula sanggup bertahan dalam penggunaan sehari-hari tanpa penurunan kualitas yang signifikan. Selain itu, eksklusivitas produk menambah nilai dengan menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi di mata konsumen, sering kali melalui desain unik atau fitur khusus yang sulit ditiru oleh pesaing. Kenyamanan penggunaan juga penting dalam menentukan kualitas produk. Produk yang dirancang dengan tepat tak hanya punya fungsi yang baik namun pula mudah digunakan serta memberikan pengalaman menyenangkan bagi pengguna. Ini bisa mencakup ergonomi yang baik, kemudahan perawatan, atau integrasi yang lancar dengan produk atau komponen lain dalam ekosistem produk. Optimalisasi penggunaan produk atau komponen lain juga bisa membedakan kualitas suatu produk. Produk yang mampu bekerja secara efisien dengan produk lain dalam sistem atau ekosistem tertentu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen, meningkatkan kegunaan dan fungsionalitas produk secara keseluruhan [3].

Kualitas produk mencakup pemenuhan atau melebihi standar, spesifikasi, dan harapan yang ditetapkan, baik dalam fitur teknis maupun aspek lain yang memberi pengaruh pada kepuasan pelanggan. Fokus utama harus pada kinerja, keandalan, daya tahan, fitur sesuai permintaan, dan tingkat layanan. Kualitas produk

berperan penting dalam memenuhi harapan pelanggan. Dari perspektif pemasaran, kualitas produk sangat diberi pengaruh oleh persepsi konsumen terhadap mutu dan keunggulan produk. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan fungsi dasar atau nilai produk, tetapi juga mencari nilai tambah dan keunggulan dibanding produk sejenis di pasar. Memahami hal ini adalah kunci bagi produsen guna mempertahankan posisi produk mereka di pasar yang kompetitif dan sering kali statis.

Konsumen memutuskan guna membeli sebuah produk sesuai pada perhitungan manfaat yang didapat dibanding dengan biaya yang dihabiskan. Apabila manfaat yang diterima makin banyak ataupun sebanding pada nilai uang yang dihabiskan, customer cenderung merasa puas dan memilih guna membeli. Namun, apabila customer punya rasa bahwasannya manfaat yang diterima tidak setara pada biaya yang dihabiskan, mereka bisa jadi melihat produk itu mahal serta mencari pilihan lain yang makin baik ataupun makin terjangkau. Guna mengatasi hal ini, produsen seperti Tasmi Collection perlu fokus pada peningkatan nilai tambah produk mereka. Ini bisa mencakup desain yang unik, kualitas bahan baku superior, kemudahan penggunaan, atau keunggulan dalam pelayanan pelanggan. Dengan memperkuat nilai tambah ini, Tasmi Collection bisa menarik perhatian konsumen yang cerdas dan memilih produk mereka sesuai pada kualitas yang ditawarkan. Selain itu, produsen juga perlu aktif mengumpulkan umpan balik dari konsumen guna terus memperbaiki dan meningkatkan produk mereka sesuai dengan harapan pasar. Ini tidak hanya membantu mempertahankan kepuasan pelanggan yang ada tetapi juga membuka peluang guna menarik pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar [4].

Tujuan pokok dari kualitas produk ialah guna memenuhi permintaan pasar yang beragam dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi produsen. Keberhasilan dalam mencapai kualitas produk yang baik memerlukan pemahaman mendalam tentang preferensi dan harapan pelanggan, dan usaha yang berkelanjutan guna memperhatikan bahwasannya produk yang dibuat seperti pada standar yang diharapkan. Beberapa penelitian juga menjabarkan bahwasannya kualitas produk jadi peran utama terkait memengaruhi keputusan pembelian konsumen Menurut [5], dalam penelitiannya menyimpulkan bahwasannya Kualitas produk punya dampak yang signifikan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Manzelnid). Selanjutnya, dalam penelitian yang dilakukan [3] bahwasannya variabel harga berpengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian produk Kaligrafi di UD. Satria Muda Pratama dalam Kota Makassar. Menurut penelitian selanjutnya [6] dalam penelitiannya menyimpulkan bahwasannya desain produk tak punya dampak secara signifikan pada keputusan pembelian (Studi bagi customer Gerabah Kasongan, Bantul, Yogyakarta).

Tasmi Collection, sebuah bisnis milik Bu Sri Asmorowati di Kabupaten Kediri yang didirikan sejak tahun 2004, spesialisasi dalam produksi tas, slingbag, hingga dompet yang terbuat dari tempurung kelapa. Usaha ini berkomitmen guna mengurangi limbah tempurung kelapa serta meningkatkan nilai ekonomisnya. Awalnya dimulai oleh ibu Wati sendiri, namun dengan meningkatnya permintaan, perempuan di desanya diajak guna belajar membuat kerajinan. Keunikan produknya, yaitu kerajinan dari batok kelapa, menarik minat baik dari pasar lokal maupun internasional, menjadikannya usaha yang menjanjikan dengan modal kecil serta memberikan dampak positif terhadap masalah pemanasan global. Meskipun produknya dianggap berkualitas, masih ada pelanggan yang belum sepenuhnya puas.

Sesuai pada penjelasan di atas, peneliti ingin mengungkap bagaimana kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian, khususnya dalam konteks kerajinan batok kelapa dari Tasmi Collection. Beraitan dengan hal tersebut, peneliti berkeinginan dalam melaksanakan penelitian yang diberi judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Batok Kelapa Tasmi Collection"

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah yang sudah diidentifikasi, terdapat kendala yang relevan pada penelitian yang dilaksanakan, yaitu meskipun kualitas produk dianggap baik, masih ada pelanggan yang kurang puas dengan produk yang dihasilkan. Penelitian ini memiliki batasan tertentu sesuai pada ruang lingkup dan konteks penelitian. Batasan penelitian yang dilaksanakan bisa menjabarkan bahwasannya yakni: 1) Penelitian ini difokuskan pada mencari hubungan antara keputusan pembelian sebagai variabel terikat dengan beberapa variabel bebas termasuk kualitas produk, 2) Penelitian ini terbatas pada koleksi produk dari Tasmi Collection. Sampel yang digunakan terbatas pada konsumen yang sudah membeli produk Tasmi Collection minimal satu kali.

Sesuai pada latar belakang masalah yang dibahas sebelumnya, rumusan masalah penelitian ini ialah diantaranya yakni: Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok

Kelapa dari koleksi Tasmi? Dengan berpijak pada rumusan masalah tersebut, tujuan dalam penelitian ini ialah guna mengetahui ada di angka apa pengaruh kualitas produk terkait keputusan pembelian produk kerajinan batok kelapa dari Tasmi Collection.

METODE

Pendekatan penelitian penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif guna melaksanakan penganalisisan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerajinan batok kelapa di Tasmi Collection [7]. Jenis penelitian penelitian ini memakai penelitian asosiatif kausal, fokus pada hubungan sebab-akibat diantara variabel independen (kualitas produk) dan variabel dependen (keputusan pembelian).

Populasi pada penelitian ini ialah semua konsumen Tasmi Collection. Pengambilan sampel dilakukan memakai metode non-probability sampling, khususnya convenience sampling, di mana responden diikutsertakan apabila bersedia serta kemudahan aksesibilitas mereka. Sebanyak 40 responden dipilih sebagai ukuran sampel guna memastikan data yang memadai guna analisis. Instrumen penelitian yang dipakai ialah kuesioner yang disusun selanjutnya disebarluaskan lewat Google Form kepada pelanggan Tasmi Collection melalui WhatsApp, dengan menjaga keamanan data dan privasi responden <https://forms.gle/riN8VduiznEaqj478>.

Analisis Data: Data primer yang dihimpun lewat kuesioner diproses memakai perangkat lunak statistik SPSS guna melakukan analisis regresi, analisis deskriptif, uji asumsi klasik yang didalamnya ada normalitas, multikolinearitas, juga heteroskedastisitas, serta analisis linier berganda, uji koefisien determinasi, hingga uji hipotesis. Analisis deskriptif dipakai guna memberi tampilan detail terkait data yang terkumpul tanpa membuat kesimpulan atau generalisasi yang ada secara luas [8]. Uji asumsi klasik yang dipakai pada penelitian ini diantaranya ada uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas.

Tujuan dari uji normalitas ialah guna mengetahui apa distribusi variabel independen, variabel dependen, ataupun keduanya pada model regresi ialah normal. Hasil statistik dari uji ini bisa mendapat pengaruh apabila satu diantara variabel tak sesuai pada distribusi normal. Pendekatan yang lebih andal dalam model regresi melibatkan perbandingan distribusi kumulatif data aktual dengan distribusi normal, dengan deteksi normalitas dilakukan melalui grafik Probability Plot. Penilaian dilakukan sesuai pada: 1) Distribusi data yang berdekatan dengan garis diagonal serta mengarah pada arah garis diagonal menjabarkan bahwasannya regresi sudah diasumsikan normal, 2) Apabila data tersebar melampaui jarak di garis diagonal ataupun tak mengarah pada arah garis diagonal, sehingga bisa disebut bahwasannya model regresi sudah diasumsikan tidak normal. Pada konteks penelitian yang dilaksanakan, uji normalitas penting dilakukan guna memvalidasi grafik Probability Plot yang melaksanakan perbandingan distribusi kumulatif data aktual bersama distribusi normal. [9].

Uji multikolinearitas dilakukan guna mengevaluasi apa ada korelasi diantara variabel bebas pada model regresi. Korelasi diantara variabel bebas menjabarkan bahwasannya variabel itu tak punya sifat orthogonal. Variabel yang punya sifat orthogonal ialah variabel bebas yang tidak punya korelasi bersama variabel bebas lainnya. Dalam penelitian ini, deteksi multikolinearitas pada model regresi dilaksanakan melalui memeriksa angka Variance Inflation Factor (VIF) serta nilai toleransi. Multikolinearitas dianggap ada apabila nilai toleransi mendekati 1 atau kurang dari 0,10, serta nilai VIF sekitar 1 atau tak berada di atas 10. Apabila kondisi itu terpenuhi, bisa diambil kesimpulan bahwasannya tak ada multikolinearitas diantara variabel bebas pada model regresi [10].

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan guna mengevaluasi apa terdapat ketidaksamaan pada varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Apabila varian residual tetap atau homoskedastisitas terjadi, model dianggap baik. Kebalikannya, apabila ada perbedaan dalam varian residual diantara pengamatan, bisa dikatakan jadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian yang dilaksanakan, deteksi heteroskedastisitas dilaksanakan lewat cara mengamati grafik diantara nilai prediksi (zpred) dan residual (sresid). Grafik ini menggambarkan pola hubungan diantara prediksi dan kesalahan prediksi. Kriteria guna mengetahui keberadaan heteroskedastisitas ialah berikut ini: 1) Apabila terlihat pola khusus contohnya yakni gelombang, penyebaran yang melebar, serta selanjutnya menyempit, itu mengindikasikan adanya heteroskedastisitas, 2) Apabila tak ada pola yang lugas serta beberapa titik menyebar pada sekeliling angka 0 di sumbu, hingga tak terdapat heteroskedastisitas [11].

Uji regresi linier sederhana ialah model matematis yang menjabarkan korelasi diantara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), umumnya dalam bentuk garis lurus Top of Form Bottom of Form [12]. Persamaan regresi linier sederhana bisa dinyatakan dalam bentuk matematis berikut ini:

$$Y=a+bX$$

Y = garis regresi/ variable response

a = konstanta (intersep), perpotongan dengan sumbu vertikal

b = konstanta regresi (slope)

X = variabel bebas/ predictor

Tujuan dari koefisien determinasi (R^2) ialah guna memperhitungkan seberapa jauh variabel bebas menjelaskan variasi dalam variabel terikat, dengan melihat nilai total koefisien determinasi yang disesuaikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) ada didalam rentang 0 sampai 1. Koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R^2) dekat dengan angka 1 menjabarkan bahwasannya variabel independen memberi sebagian besar informasi yang diperlukan guna memperhitungkan variabel dependen. Perhitungan koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R^2) bisa dilaksanakan memakai perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25 [8].

Uji hipotesis yang dipakai pada penelitian ini ialah uji t. Uji t dipakai guna mengevaluasi apa variabel independen secara individual memberi pengaruh pada variabel dependen, serta guna melaksanakan uji koefisien regresi variabel independen dari segi parsial. Peneliti memakai perangkat lunak SPSS guna melakukan uji t dengan tingkat signifikansi 5%.

Interpretasi hasil uji t ialah berikut ini: 1) Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 mengindikasikan penerimaan hipotesis nol (H_0) dan penolakan hipotesis alternatif (H_a). Fakta bahwasannya hal ini terjadi menjabarkan bahwasannya variabel independen tidak banyak berpengaruh terhadap variabel dependen. 2) Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 mengindikasikan penerimaan hipotesis nol (H_0) dan penolakan hipotesis alternatif (H_a). Fakta bahwasannya hal ini terjadi menjabarkan bahwasannya variabel independen tidak banyak berpengaruh terhadap variabel dependen [8].

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam penelitian ini, peneliti memakai 30 responden uji coba yang tidak termasuk dengan sampel, instrumern penelitian yang akan diuji dengan memakai validitas serta reliabilitas jadi sarana ukur sebuah instrument yang akan diuji. Sistem validitas serta reliabilitas bisa diperjelas seperti berikut:

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X _{1.1.1}	0,841	0,361	Valid
	X _{1.1.2}	0,825	0,361	Valid
	X _{1.2.1}	0,879	0,361	Valid
	X _{1.2.2}	0,766	0,361	Valid
	X _{1.3.1}	0,784	0,361	Valid
	X _{1.3.2}	0,773	0,361	Valid
	X _{1.4.1}	0,707	0,361	Valid
	X _{1.4.2}	0,870	0,361	Valid
	X _{1.5.1}	0,868	0,361	Valid
	X _{1.5.2}	0,818	0,361	Valid

Sumber: SPSSv25

Berdasarkan tabel 1 di atas, maka dapat diketahui bahwa r_{hitung} dari semua item menunjukkan lebih besar daripada r_{tabel} . Maka dari itu dapat disimpulkan item pertanyaan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total atau bisa dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Kritis	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,934	0,6	Reliabel

Sumber: SPSSv25

Berdasarkan tabel 2. diatas dapat dilihat bahwa pada variabel Kualitas Produk mempunyai nilai yang lebih besar dari koefisien Cronbach Alpha. Dengan demikian kuesioner tentang variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel

Karakteristik Responden

Responden yang ikut serta dalam survei ini ialah konsumen produk kerajinan batok kelapa dari Tasmii Collection, seperti pada banyaknya sampel yang sudah dipilih, yakni 40 kuesioner yang dikembalikan. Profil jenis kelamin, usia, juga pekerjaan responden bisa diinterpretasikan berikut ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Sesuai pada Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Prosentase
Laki-laki	0	0%
Perempuan	40	100%
Banyaknya	40	100%

Sumber: SPSSv25

Dalam Tabel 3, menjabarkan bahwasannya tidak ada laki-laki yang berpartisipasi (0%) dan sebanyak 40 responden (100%) ialah perempuan. Hal ini menjabarkan dominasi perempuan dalam pembelian kerajinan batok kelapa dari Tasmii Collection.

Tabel 4. Pembagian Responden Sesuai Pada Tingkat Usia

Jenis Kelamin	Banyaknya	Prosentase
>20 s/d 30	8	20,0%
>30 s/d 40	13	32,5%
>40 s/d 50	19	47,5%
>50 thn	0	0%
Total	40	100%

Sumber: SPSSv25

Sesuai pada tabel 4, menjabarkan bahwasannya mayoritas responden yang sering berbelanja di Tasmii Collection berusia diantara >40-50 tahun, mencakup 19 orang ataupun 47,5% dari seluruh responden. Diikuti oleh golongan usia >30-40 tahun, yakni ada di angka 13 orang ataupun 32,5%. Sementara itu, golongan usia >20 sampai 30 tahun terdiri dari 8 orang ataupun 20,0% dari total responden yang sering berbelanja di Tasmii

Collection. Tidak ada responden yang berusia >50 tahun yang sering berbelanja di sana, menjabarkan bahwasannya mayoritas pembeli yang sering berbelanja di Tasmi Collection berusia diantara >40-50 tahun.

Tabel 5. Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Banyaknya Responden	Prosentase
PNS	-	0%
Karyawan Swasta	12	30,0%
Wiraswasta	28	70,0%
Pelajar/Mahasiswa	-	0%
Lainnya	-	0%
Total	40	100%

Sumber: SPSSv25

Dalam hasil tabel 5, dari seluruh 40 responden, sebagian besar yakni 28 orang ataupun 70,0% punya pekerjaan jadi wiraswasta. Sementara itu, 12 responden lainnya ataupun 30,0% bekerja jadi karyawan swasta. Tidak ada responden yang bekerja jadi pelajar/mahasiswa ataupun PNS, masing-masing yakni ada 0 orang ataupun 0%. Data ini menjabarkan bahwasannya di sekitar Tasmi Collection, mayoritas penduduk kebanyakan bekerja jadi wiraswasta.

Deskripsi data variabel

Deskripsi variabel mencakup gambaran tentang variabel independen dan variabel dependen. Dibawah ialah ringkasan tanggapan ataupun output dari responden terkait survei mengenai kualitas produk di Tasmi Collection.

Tabel 6. Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk

	STS		TS		RR		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1.1	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	7	17,5%	33	82,5%	40	100%
X1.1.2	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	8	20,0%	32	80,0%	40	100%
X1.2.1	0	0,0%	0	0,0%	1	2,5%	6	15,0%	33	82,5%	40	100%
X1.2.2	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	7	17,5%	33	82,5%	40	100%
X1.3.1	0	0,0%	0	0,0%	1	2,5%	2	5,0%	37	92,5%	40	100%
X1.3.2	0	0,0%	0	0,0%	1	2,5%	6	15,0%	33	82,5%	40	100%
X1.4.1	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	8	20,0%	32	80,0%	40	100%
X1.4.2	0	0,0%	0	0,0%	2	5,0%	13	32,5%	25	62,5%	40	100%
X1.5.1	0	0,0%	0	0,0%	1	2,5%	21	52,5%	18	45,0%	40	100%
X1.5.2	0	0,0%	0	0,0%	1	2,5%	21	52,5%	18	45,0%	40	100%

Sumber: SPSSv25

Sesuai pada tabel 6 yang dijabarkan sebelumnya, bisa diambil kesimpulan bahwasannya tanggapan responden terkait variabel kualitas produk ialah sebagai berikut:

Guna indikator performance (X1.1.1), sebanyak 7 responden (17,5%) setuju serta 33 responden (82,5%) sangat setuju. Sedangkan guna X1.1.2, terdapat 8 responden (20,0%) yang setuju serta 32 responden (80,0%) sangat setuju, dengan total 40 responden (100%).

Pada indikator range and type of features (X1.2.1), 1 responden (2,5%) ragu-ragu, 6 responden (15,0%) setuju, dan 33 responden (82,5%) sangat setuju. Guna X1.2.2, terdapat 7 responden (17,5%) setuju dan 33 responden (82,5%) sangat setuju, dengan total 40 responden (100%).

Tanggapan responden pada indikator reliability ataupun durability (X1.3.1), 1 responden (2,5%) ragu-ragu, 2 responden (5,0%) setuju, dan 37 responden (92,5%) sangat setuju. Sedangkan guna X1.3.2, terdapat 1

responden (2,5%) ragu-ragu, 6 responden (15,0%) setuju, dan 33 responden (82,5%) sangat setuju, dengan total 40 responden (100%).

Pada indikator sensory characteristics (X1.4.1), 8 responden (20,0%) setuju dan 32 responden (80,0%) sangat setuju. Guna X1.4.2, ada 2 responden (5,0%) ragu-ragu, 13 responden (32,5%) setuju, dan 25 responden (62,5%) sangat setuju, dengan total 40 responden (100%).

Tanggapan responden pada indikator ethical profile and image (X1.5.1), 1 responden (2,5%) ragu-ragu, 21 responden (52,5%) setuju, dan 18 responden (45,0%) sangat setuju. Sedangkan guna X1.5.2, ada 1 responden (2,5%) ragu-ragu, 21 responden (52,5%) setuju, dan 18 responden (45,0%) sangat setuju, dengan total 40 responden (100%).

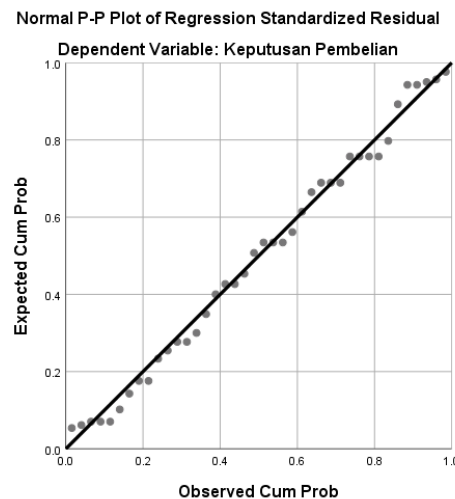
Pada variabel kualitas produk, tak ada responden yang memberi jawaban sangat tidak setuju ataupun tidak setuju. Indikator reliability ataupun durability memperoleh tanggapan paling tinggi dengan 37 responden (92,5%) yang sangat setuju. Sedangkan indikator ethical profile and image mendapatkan banyaknya tanggapan sangat setuju paling rendah, yakni 18 responden (45,0%) dari banyaknya total responden.

Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda dipakai jadi metode analisis, dengan data primer sebagai sumber informasi utama. Beberapa asumsi klasik harus diuji guna memastikan model regresi linier berganda memenuhi persyaratan yang diperlukan. Beberapa uji hipotesis klasik yang dipakai pada analisis ini yakni:

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas dengan memakai grafik scatterplots bisa diperhatikan dalam gambar 2.



Sumber: SPSSv25

Gambar 2. Output Uji Normalitas Probability Plots

Gambar 2 menjabarkan bahwasannya uji normal probability plots menegaskan data yang dilaksanakan analisis punya distribusi normal. Titik-titik data tersebar merata sepanjang garis diagonal, menjabarkan bahwasannya model regresi melampaui pengasumsian normalitas.

Uji Multikolinieritas

Dengan memakai SPSS versi 25, hasil perhitungan menjabarkan sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

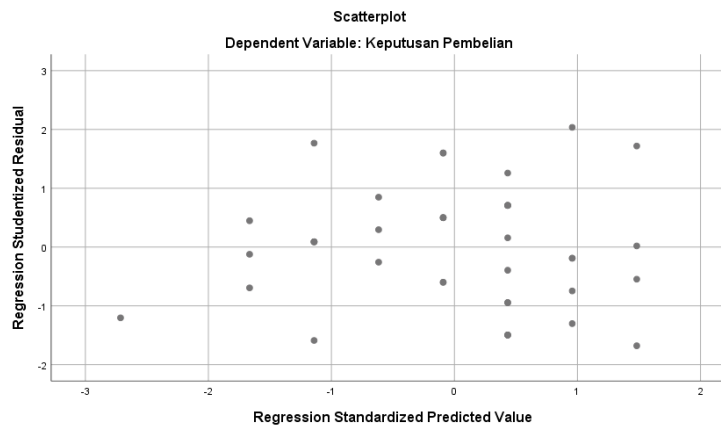
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	1.000	1.000

Sumber: SPSSv25

Dari Tabel 7, menjabarkan bahwasannya nilai VIF guna variabel kualitas produk ialah 1,000. Nilai tersebut jauh di bawah 10, yang menjabarkan bahwasannya tak ada masalah multikolinieritas diantara variabel independen pada model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Output Uji heteroskedastisitas yang memakai grafik scatterplots bisa diperhatikan dalam gambar 3.



Sumber : SPSSv25

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 3, menjabarkan bahwasannya grafik scatterplot menjabarkan penyebaran beberapa titik yang acak tanpa pola yang konsisten. Titik-titik menyebar bagian atas ataupun bagian bawah garis 0 di sumbu Y, menjabarkan bahwasannya tak ada penanda heteroskedastisitas dalam model regresi yang dipakai.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam output perhitungan dengan memakai SPSS versi 25, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisi Regresi Linear Sederhana

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.719	7.307	
	Kualitas Produk	.625	.155	.548

Sumber : SPSSv25

Sesuai pada Tabel 8, didapat Persamaan $Y = 5,719 + 0,625$ yang menjabarkan dampak positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Apabila kualitas produk melonjak 1 satuan, nilai Y ada di angka 5,719.

Uji Koefisien Determinasi

Dalam output perhitungan yang memakai SPSS versi 25, didapatkan temuan berikut ini:

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.300	.282	1.84270

Sumber: SPSSv25

Hasil dari Tabel 9 menjabarkan adjusted R² ada di angka 0,282. Itu menandakan bahwasannya variabel independen, seperti kualitas produk, bisa menjelaskan sekitar 28,2% variasi dalam variabel dependen (keputusan pembelian), dengan 71,8% sisanya diberi pengaruh beberapa faktor lainnya yang tak diselidiki pada penelitian ini.

Uji-t

Tabel 10 memperlihatkan temuan uji parsial dengan memakai uji-t, di mana signifikansi angka dibanding di taraf 0,05.

Tabel 10. Hasil Uji-t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.783	.439
Kualitas Produk	4.038	.000

Sumber : SPSSv25

Dari Tabel 10, nilai signifikansi (sig.) guna variabel kualitas produk ialah 0,000 yang ada di bawah angka 0,05. Hasil ini menjabarkan bahwasannya kualitas produk berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Sesuai pada hasil uji-t dalam Tabel 10, nilai probabilitas guna variabel kualitas produk ialah 0,000, yang lebih rendah dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yakni 0,05. Hal itu menjabarkan bahwasannya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, bisa diambil kesimpulan bahwasannya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Tasmi Collection, semakin meningkat juga keputusan pembelian kerajinan batok kelapa dari Tasmi Collection.

Menurut tanggapan responden, banyak yang menyatakan setuju dengan kualitas produk yang ditawarkan saat ini. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh konsistensi Tasmi Collection dalam menyediakan produk yang sesuai dengan harapan responden. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh [13] dan [5] yang menegaskan bahwasannya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji terhadap data survei menjabarkan beberapa temuan penting. Statistik deskriptif guna variabel kualitas produk menjabarkan skor rata-rata yang memadai, menjabarkan bahwasannya keputusan pembelian tidak semata-mata didasarkan pada kualitas produk saja. Selain itu, variabel keputusan pembelian juga

mendapatkan angka rata-rata yang baik. Uji asumsi klasik menjabarkan bahwasannya variabel yang diteliti memenuhi asumsi normalitas, dengan data yang tersebar baik di sekitar garis diagonal, sesuai dengan pola histogram yang menjabarkan distribusi normal. Uji multikolinearitas menjabarkan tak adanya masalah multikolinearitas dalam data. Uji heteroskedastisitas juga tidak menjabarkan pola yang konsisten, menjabarkan tak adanya indikasi heteroskedastisitas. Temuan analisis regresi sederhana menjabarkan bahwasannya kualitas produk secara signifikan memberi pengaruh pada keputusan konsumen guna membeli. Nilai Adjusted R Square yang positif menjabarkan bahwasannya variabel kualitas produk secara signifikan memberi pengaruh pada keputusan pembelian.

Secara keseluruhan, survei menjabarkan bahwasannya mayoritas responden yang berusia diantara 40 hingga 50 tahun dan berjenis kelamin perempuan memberi tanggapan yang menekankan bahwasannya kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerajinan batok kelapa dari Tasmi Collection. Mereka cenderung memandang kualitas produk sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan mereka guna membeli produk dari Tasmi Collection. Respons positif ini menjabarkan bahwasannya bagi sebagian besar responden dalam golongan ini, kualitas produk ialah pertimbangan krusial dalam proses pengambilan keputusan pembelian mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini punya tujuan guna menjelajahi pentingnya kualitas produk dalam konteks keputusan pembelian konsumen kerajinan batok kelapa dari Tasmi Collection. Sesuai pada hasil penelitian, disimpulkan bahwasannya kualitas produk berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerajinan batok kelapa Tasmi Collection. Studi ini menemukan bahwasannya konsumen cenderung mempertimbangkan kualitas produk sebagai faktor utama dalam memengaruhi keputusan mereka guna membeli produk dari Tasmi Collection. Respons positif ini mengindikasikan bahwasannya kualitas produk dianggap penting oleh responden sebagai parameter utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Hal ini didukung dengan hasil deskriptif dari responden, di mana sebagian besar dari mereka (18 hingga 37 dari total responden) memberi tanggapan sangat setuju terhadap kualitas produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 230), kualitas produk ialah karakteristik suatu produk ataupun jasa yang mendukung kemampuannya guna memenuhi kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya memberi pengaruh pada keputusan pembelian. Peningkatan kualitas produk secara konsisten bisa punya dampak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Irfan Rizqullah Ariella dalam studi berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelid," yang menyimpulkan bahwasannya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan itu menegaskan bahwasannya dalam konteks kerajinan batok kelapa Tasmi Collection, kualitas produk memang punya dampak penting terhadap keputusan pembelian.

Berkaitan dengan hal itu, Tasmi Collection perlu secara berkelanjutan memfokuskan perhatian pada peningkatan kualitas produk mereka. Langkah-langkah perbaikan ini penting guna memastikan bahwasannya produk-produk yang ditawarkan cocok pada harapan serta keperluan konsumen. Dengan melakukan hal ini, Tasmi Collection bisa mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat posisi mereka di pasar.

Hasil penelitian ini memberi landasan yang kuat guna penelitian lanjutan pada topik yang selaras. Penelitian selanjutnya bisa meluaskan cakupan variabel yang dipertimbangkan, seperti mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang berpotensi memberi pengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Selain itu, studi mendalam tentang kualitas produk dan faktor-faktor lain yang relevan bisa memberi wawasan yang lebih dalam tentang preferensi konsumen dan strategi yang bisa diterapkan guna meningkatkan penjualan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Y. Cantika, "Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia," 2023.
- [2] A. Khasanah, E. N. Hakimah, and R. Kurniawan, "Analisis kualitas produk, harga, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian skincare ms glow," ... Dan Bisnis (Simanis ...), 2022, [Online]. Available: <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1853%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac>

- .id/index.php/simanis/article/download/1853/1427
- [3] N. F. Hanim, Mustari, and Dkk, "PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. SATRIA MUDA PRATAMA DIKOTA MAKASSAR," *J. Ekon. dan bisnis*, vol. 11, no. 3, pp. 978–997, 2022.
 - [4] Cahyadi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang," *Ekon. Dan Manaj. Bisnis*, vol. 1, pp. 60–73, 2022.
 - [5] I. R. 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.
 - [6] Irda, Z. Rosha, and wulandari titipani, "Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam," *Menara Ekon.*, vol. 5, no. 2, pp. 44–52, 2019.
 - [7] E. A. D. Nuriadi and E. N. Hakimah, "PENTINGNYA FAKTOR KESEGERAN KUALITAS MAKANAN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN RUMAH MAKAN." 2023.
 - [8] A. Y. Mustofa, S. W. Bhirawa, and B. Muslih, "Analisis Volume Penjualan Beras Lokal Ditinjau Dari Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Toserba Bahagia Nganjuk," *Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi*, vol. 6, no. 1, pp. 1346–1352, 2021, [Online]. Available: https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=dFaBVwcAAAAJ&citation_for_view=dFaBVwcAAAAJ:WF5omc3nYNoC
 - [9] Mulyono, "Analisis Uji Asumsi Klasik," no. 2016, pp. 1–5, 2019.
 - [10] B. Arisandi, "Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa," *J. Financ. Bus. Digit.*, vol. 1, no. 3, pp. 171–182, 2022, doi: 10.55927/jfbd.v1i3.1183.
 - [11] F. Septiandaru, "kerja terhadap kinerja karyawan pt hikmah sejahtera divisi hikmah food surabaya," vol. 26, pp. 1–17.
 - [12] I. M. YULIARA, "Regresi linier sederhana," 2016.
 - [13] E. Utami, "Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk UKM: Kerangka Konseptual," *youth Islam. Econ. J.*, vol. 3, no. 1, 2022.