

Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya

by Tatan Rusmawan

Submission date: 14-Oct-2024 10:10AM (UTC+0700)

Submission ID: 2484463321

File name: n_dan_Bisnis_Ekonomi_-_Vol._2_No._4_Oktober_2024_Hal_330-343.pdf (1.12M)

Word count: 4012

Character count: 25914



1 Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya

Tatan Rusmawan¹, Budhi Wahyu Fitriadi², Barin Barlian³

^{1,2,3}Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Indonesia

Alamat: Jalan Peta No 177, Kahuripan, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46115

Korespondensi penulis: tatanrismawan511@gmail.com

Abstract. This research aims to determine the influence of product design and product quality simultaneously on consumer satisfaction at the Kencana Bordir Tasikmalaya company. The partial influence of product design and product quality on consumer satisfaction at the Kencana Bordir Tasikmalaya company. The method used in this research is a survey method with a quantitative approach. With a research sample of 96 people as respondents from consumers of the Kencana Bordir Tasikmalaya company. The data used is primary data. The analytical tool used in this research is multiple linear regression using the SPSS version 25 application. The results of simultaneous testing of product design and product quality have a significant effect on consumer satisfaction. Partially, the product design variable has a significant effect on consumer satisfaction, as well as the product quality variable partially has a significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Product Design, Product Quality, Consumer Satisfaction

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya. Pengaruh desain produk dan kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Dengan sampel penelitian 96 orang sebagai responden dari konsumen perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya. Data yang digunakan adalah data primer. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil pengujian secara simultan desain produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, begitu juga dengan variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Desain Produk, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat persaingan pada dunia industri semakin ketat. Salah satunya ialah industri bordir. Tasikmalaya merupakan salah satu kota yang perkembangan usaha bordir begitu pesat dan cepat pertumbuhannya, Penelitian ini mengambil objek di Perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya yang merupakan salah satu perusahaan bordir yang bergerak dalam pembuatan baju koko muslim yang berlokasi di daerah Kawalu Tasikmalaya. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan bordir yang sudah banyak dikenal oleh konsumen, serta memiliki berbagai macam produk. Pihak perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dengan membuat produk sesuai dengan selera konsumen baik dari

segi desain maupun kualitas produk sehingga dapat diterima masyarakat luas dan harapan pelanggan bisa terpenuhi.

Perusahaan Bordir Kencana Tasikmalaya membuat desain dengan dua cara yaitu manual dan komputerisasi tergantung jenis desainnya. Dalam upaya menghadapi persaingan dan memuaskan konsumen, perusahaan Bordir Kencana Tasikmalaya di dalam berproduksi senantiasa melihat akan kebutuhan para konsumennya, misalnya bentuk atau desainnya pilihan warna, serta harga yang tidak mahal dan juga jaringan distribusinya yang luas.

Masalah kualitas pada suatu produk juga perlu diperhatikan karena tidak sedikit konsumen yang dituju seringkali mempersoalkan masalah kualitas produk. Maka dari itu perusahaan perlu untuk meningkatkan kualitas produk agar konsumen merasa nyaman dan senang ketika membeli produk yang ditawarkan. Selain itu juga perusahaan dapat mengetahui reaksi atau tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen sehingga dapat membantu perusahaan untuk memberikan kepuasan yang lebih optimal lagi kepada konsumennya. Dengan menciptakan suatu produk yang memiliki kualitas yang baik dapat dijadikan salah satu cara untuk mencapai kepuasan konsumen sehingga konsumen dapat menilai persepsi produk, apakah produk tersebut mempunyai kualitas yang lebih baik dibandingkan produk lainnya yang sejenis atau tidak. Kualitas produk yang disajikan harus sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat menyebarkan informasi positif tentang perusahaan.

Dengan adanya desain dan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas terhadap manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Kepuasan konsumen adalah modal perusahaan untuk setiap eksis dalam persaingan dengan perusahaan atau kompetitor lain, karena kepuasan konsumen adalah faktor utama penentu bagi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan secara terus-menerus. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap manfaat yang diberikan oleh produk tersebut, maka konsumen akan semakin tertarik untuk terus-menerus menggunakan produk tersebut, sehingga konsumen dapat mempunyai tingkat loyalitas yang semakin besar dan mengakibatkan perusahaan dapat terus bersaing dengan perusahaan lain.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya."

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan sebuah strategi perencanaan yang berorientasi dalam jangkauan masa depan yang ditetapkan sebagai pencapaian tujuan perencanaan yang bermutu, dalam kegiatan sebagai menindak, merencanakan, mengawasi dan mengevaluasi dalam segala hal hubungan dengan proses mengenalkan jasa dan produk kepada konsumen dan masyarakat luas (Wijandari, 2021).

Desain Produk

Menurut Musfar, Tengku Firli (2021: 102) mengemukakan bahwa: “Desain produk adalah perancangan dan perencanaan suatu benda agar memiliki nilai lebih dalam berbagai aspeknya seperti fungsi yang lebih efektif, tampilan yang lebih indah hingga kepenggunaan yang lebih mudah dan nyaman serta tidak sulit dirawat untuk kemudian diproduksi secara industri dengan lebih efisien pula, baik secara ekonomi maupun teknis, sehingga memberikan keuntungan bagi konsumen (pengguna) dan produsen.”

Beberapa indikator untuk mengukur desain produk menurut Kotler dan Armstrong (2018: 410) yang terdiri dari:

- 1) Bentuk
- 2) Fitur
- 3) Mutu
- 4) Daya tahan
- 5) Keandalan
- 6) Mudah diperbaiki
- 7) Gaya

Kualitas Produk

Menurut Daga, Rosnaini (2017: 37) menyatakan bahwa: “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.”

Menurut Tjiptono dalam Firmansyah, Anang (2019: 16-17) indikator kualitas produk diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (*performance*)
2. Keistimewaan tambahan (*features*)
3. Keandalan (*reliability*)
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)

5. Daya tahan (*durability*)

6. Estetika (*asthetic*)

Kepuasan Konsumen

¹⁴ Menurut Fatihudin, Didin dan M. Anang Firmansyah (2019: 207) mengemukakan bahwa: “Kepuasan pelanggan adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima.”

Berikut indikator *kepuasan pelanggan* menurut Tjiptono dalam Indrasari, Meithiana (2019: 92):

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiapan merekomendasikan

¹¹ 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan suatu pengetahuan sehingga hasilnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2016:3). ⁶ Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian metode survei dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2016:14) menyatakan: “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Populasi dari *penelitian* ini adalah Konsumen Kencana Bordir Tasikmalaya. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan metode *Sampling Isidental*. Sampel didapat dari sumber data konsumen Kencana Bordir Tasikmalaya yang berdomisili di Kota Tasikmalaya yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal tiga kali dalam waktu enam bulan terakhir, ¹³ sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang.

Sumber data dalam *penelitian* ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penelitian kepustakaan, penelitian lapangan (observasi, wawancara dan kuesioner). ¹⁵ Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Alat analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji

normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokolerasi. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda, analisis koefisien kolerasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Dari hasil uji korelasi menggunakan SPSS bahwa masing-masing item pernyataan dari masing-masing variabel terhadap skor total menunjukkan hasil yang signifikan (valid) karena nilai *Sig. (2-Tailed)* lebih kecil dari nilai 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) valid.

Uji Reliabilitas

⁹
Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
X1	0,949	0,6	Reliabel
X2	0,830	0,6	Reliabel
Y	0,924	0,6	Reliabel

Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

¹⁷
Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel Desain Produk (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) reliabel karena memiliki nilai cronbach alpha > 0,60.

Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk

Berdasarkan nilai skor kumulatif keseluruhan untuk variabel desain produk Kencana Bordir Tasikmalaya adalah 4664, yang merupakan klasifikasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Kencana Bordir Tasikmalaya memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mendesain produk-produknya, sehingga desain produknya dianggap unggul dan menarik bagi konsumen. Dengan demikian, Kencana Bordir Tasikmalaya dapat memanfaatkan keunggulan desain produknya untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan, serta harus terus mempertahankan dan bahkan meningkatkan kualitas desain produknya agar tetap bisa bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

Berdasarkan nilai skor kumulatif keseluruhan untuk variabel kualitas produk Kencana Bordir Tasikmalaya adalah 2069, yang merupakan klasifikasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Kencana Bordir Tasikmalaya memiliki kualitas produk yang sangat baik dan dapat bersaing di pasar, dengan produk-produk yang memiliki konsistensi dan keandalan yang terjaga dengan baik. Dengan kualitas produk yang unggul, Kencana Bordir Tasikmalaya dapat mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, serta memanfaatkan keunggulan tersebut untuk memperkuat posisi di pasar dan meningkatkan daya saing, sehingga perusahaan harus terus berupaya mempertahankan dan bahkan meningkatkan kualitas produknya agar tetap bisa bersaing di industri yang semakin kompetitif.

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

Berdasarkan nilai skor kumulatif keseluruhan untuk variabel kepuasan konsumen Kencana Bordir Tasikmalaya adalah 4203, yang merupakan klasifikasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Kencana Bordir Tasikmalaya telah berhasil memenuhi harapan dan memuaskan konsumen mereka secara signifikan. Dengan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, Kencana Bordir Tasikmalaya dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan. Selain itu, kepuasan konsumen yang tinggi juga mencerminkan kualitas produk, layanan, dan pengalaman yang diberikan oleh perusahaan, sehingga Kencana Bordir Tasikmalaya dapat terus mempertahankan dan meningkatkan standar kinerja mereka untuk menjaga keunggulan kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

7
Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3947.18883165
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.051
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 2 diatas, nilai symp sig sebesar 0,200 artinya data berdistribusi normal.

22
b. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

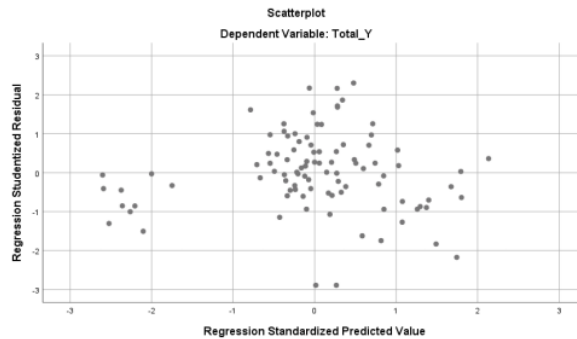
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4315.344	1861.819		2.318	.023		
	Total_X1	.411	.068	.510	6.039	.000	.338	2.957
	Total_X2	.829	.169	.414	4.909	.000	.338	2.957

- a. Dependent Variable: Total_Y
- Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 3 diatas, nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

20

Berdasarkan Gambar di atas menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas tidak ada pola jelas, serta titik-titik diatas dan dibawah angka 0 sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.881 ^a	.776	.771	3989.40596	1.969

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwasanya nilai Durbin Watson (DW) yaitu 1.969 melebihi nilai DU (1.7103) serta tidak melebihi nilai dari 4 – DU (2.2897). maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala autokorelasi.

23

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 5.** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Coefficients ^a			Correlations		
		Coefficients		Standardized	t	Sig.	Zero-	Partial	Part
	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	4315.344	1861.819		2.318	.023			
	Total_X1	.411	.068	.510	6.039	.000	.847	.531	.297
	Total_X2	.829	.169	.414	4.909	.000	.829	.454	.241

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Persamaan regresi linear berganda penelitian sebagai berikut :

$$Y = 4315,344 + 0,411 X1 + 0,829 X2 + e$$

Interpretasi:

1. Nilai konstanta sebesar 4315.344 menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu desain produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) dalam keadaan *constant* atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 4315.344.
2. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,411 menunjukkan apabila desain produk mengalami kenaikan sebesar 100% dan X_2 dalam keadaan *constant* atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 41,1%.
3. Nilai koefisien regresi X_2 0,829 menunjukkan apabila kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 100% dan X_1 dalam keadaan *constant* atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 82,9%.

Analisis Koefisien Kolerasi dan Analisis Koefisien Determinasi**Tabel 6.** Hasil Analisis Koefisien Kolerasi dan Analisis Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	.881 ^a	.776	.771	3989.40596

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, nilai R sebesar 0.881 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara Desain Produk dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen dan

termasuk dalam klasifikasi kategori yang sangat kuat. Sedangkan, besarnya nilai koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,776 hal ini menunjukkan arti bahwa atau sama dengan 77,6% artinya bahwa persentase pengaruh variabel desain produk dan kualitas produk mampu untuk menjelaskan kepuasan konsumen pada Kencana Bordir Tasikmalaya sebesar 77,6%.

Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5118968588.579	2	2559484294.290	160.818	.000 ^b
	Residual	1480128468.910	93	15915359.881		
	Total	6599097057.490	95			

3

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS diatas, nilai sig F sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa Desain Produk dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kencana Bordir Tasikmalaya, sehingga Hipotesis pertama H_1 yang menyatakan desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kencana Bordir Tasikmalaya dapat diterima.

Pengaruh Desain Produk Secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	34.441	4.121		8.357	.000			
	X1	.240	.101	.305	2.368	.022	.307	.307	.305
	X2	.084	.098	.111	.864	.391	.119	.117	.111

a. Dependent Variable: Y.1

Sumber diolah dari hasil output SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi antara Desain Produk dan Kepuasan Kerja adalah sebesar 0.531 yang menunjukkan terdapat hubungan yang cukup erat

dan termasuk kategori sedang. Besar pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial adalah sebesar $(0,531)^2 \times 100\% = 28,19\%$ sehingga besarnya pengaruh variabel Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 28,19%. Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh desain produk (X_1) secara parsial terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, yang berarti bahwa desain produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa desain produk merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dan dikelola dengan baik oleh perusahaan, karena terbukti secara empiris dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen

Nilai koefisien korelasi parsial (R) antara Kualitas Produk dan Kepuasan ialah sebesar 0,454 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat dan termasuk klasifikasi sedang. Maka besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar $(0,454)^2 \times 100\% = 20,61\%$. Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas produk (X_2) secara parsial terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Kencana Bordir Tasikmalaya. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk akan secara langsung dan signifikan meningkatkan kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan desain produk, kualitas produk dan kepuasan konsumen di Kencana Bordir Tasikmalaya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Desain produk di Kencana Bordir Tasikmalaya terqualifikasi dengan kategori baik, kualitas produk di Kencana Bordir Tasikmalaya terqualifikasi dengan kategori baik, serta untuk kepuasan konsumen Kencana Bordir Tasikmalaya pun berada dalam klasifikasi baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan desain produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kencana Bordir

Tasikmalaya. Artinya, ketika desain produk dan kualitas produk dipertimbangkan secara keseluruhan, keduanya memiliki pengaruh yang penting dan nyata dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen tidak hanya memperhatikan satu faktor saja, melainkan menilai kombinasi antara desain yang menarik dan kualitas yang baik.

3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial desain produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kencana Bordir Tasikmalaya. Artinya, ketika desain produk ditinjau secara terpisah dari faktor lain, desain produk terbukti memiliki pengaruh yang penting dan nyata dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen memberikan penilaian yang tinggi terhadap desain produk Kencana Bordir yang unik, kreatif, dan sesuai dengan preferensi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa desain produk merupakan komponen kunci yang secara mandiri mampu mendorong terciptanya kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kencana Bordir Tasikmalaya. Artinya, ketika kualitas produk ditinjau secara terpisah dari faktor lain, kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang penting dan nyata dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen merasa sangat puas dengan berbagai aspek kualitas produk Kencana Bordir, seperti desain yang unik, bahan baku yang berkualitas, serta ketahanan dan daya tahan produk yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan komponen kunci yang secara mandiri mampu mendorong terciptanya kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, terdapat beberapa saran peneliti yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak serta mampu membantu pihak Kencana Bordir Tasikmalaya untuk lebih baik, adapun saran-saran tersebut yaitu:

1. Desain produk di Kencana Bordir Tasikmalaya secara keseluruhan sudah masuk kategori baik. Namun nilai skor pembobotan paling rendah dari pernyataan lainnya pada rekapitulasi jawaban responden variabel ini ialah pada pernyataan “Bahan kain dari produk busana muslim Kencana Bordir Tasikmalaya sangat nyaman ketika dipakai”. Dengan demikian, saran yang diajukan peneliti kepada manajemen Kencana Bordir Tasikmalaya adalah agar lebih memperhatikan dan meningkatkan kenyamanan bahan kain yang digunakan pada produk busana muslim mereka. Meskipun secara keseluruhan desain produk di Kencana Bordir Tasikmalaya sudah masuk kategori baik, namun aspek

kenyamanan bahan kain masih perlu mendapat perhatian lebih. Misalnya, manajemen dapat mempertimbangkan untuk menggunakan bahan kain yang lebih halus, lembut, dan menyerap keringat dengan baik, seperti katun, sutra, atau bahan berbasis serat alami lainnya. Selain itu, manajemen juga dapat mencoba menambahkan teknologi pemrosesan bahan kain yang dapat meningkatkan kenyamanan, seperti pelapisan anti-keringat atau pelembut kain. Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kenyamanan bahan kain pada produk busana muslim Kencana Bordir, sehingga kepuasan konsumen secara keseluruhan terhadap desain produk di Kencana Bordir Tasikmalaya juga dapat ditingkatkan.

2. Kualitas Produk di Kencana Bordir Tasikmalaya secara keseluruhan sudah masuk kategori baik. Namun nilai skor pembobotan paling rendah dari pernyataan lainnya pada rekapitulasi jawaban responden dalam variabel ini ialah pada pernyataan ” Saya berminat untuk membeli produk Kencana Bordir Tasikmalaya ¹³ karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan”. Dengan demikian, saran yang diajukan peneliti kepada manajemen Kencana Bordir Tasikmalaya agar lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, terutama karena aspek ini mendapatkan skor pembobotan terendah dalam variabel kualitas produk secara keseluruhan. Manajemen dapat memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada karyawan dalam hal customer service, seperti meningkatkan kemampuan komunikasi, empati, dan responsivitas karyawan dalam melayani pelanggan. Selain itu, manajemen juga dapat mempertimbangkan untuk memberikan insentif atau program reward bagi karyawan yang memiliki kinerja pelayanan yang baik, agar dapat memotivasi mereka untuk senantiasa memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Dengan upaya-upaya tersebut, diharapkan minat beli konsumen terhadap produk Kencana Bordir Tasikmalaya dapat meningkat karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan semakin memuaskan.
3. Kepuasan Kpnsumen di Kencana Bordir Tasikmalaya secara keseluruhan sudah masuk kategori baik. Namun nilai skor pembobotan paling rendah dari pernyataan lainnya pada rekapitulasi jawaban responden dalam variabel ini ialah pada pernyataan “Busana muslim Kencana Bordir Tasikmalaya mempunyai tampilan yang menarik ketika dipakai”. Dengan demikian, saran yang diajukan peneliti kepada manajemen Kencana Bordir Tasikmalaya adalah agar lebih memperhatikan dan meningkatkan tampilan atau penampilan busana muslim ketika dipakai oleh konsumen. Meskipun kepuasan konsumen secara keseluruhan sudah masuk kategori baik, namun aspek tampilan busana muslim saat dipakai mendapatkan skor pembobotan terendah. Manajemen dapat

mempertimbangkan untuk melakukan inovasi pada desain busana, seperti menambahkan aksesoris atau detail yang dapat membuat busana tampil lebih menarik dan fashionable ketika dikenakan. Selain itu, manajemen juga dapat melibatkan tim desainer yang memiliki pemahaman yang baik mengenai tren fashion terkini, agar dapat menghasilkan rancangan busana muslim yang tidak hanya nyaman, tapi juga memiliki tampilan yang menarik dan sesuai dengan preferensi konsumen. Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap tampilan busana muslim Kencana Bordir Tasikmalaya secara keseluruhan.

4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel penelitian sehingga dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya.

DAFTAR REFERENSI

- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Fatihudin, Didin dan M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2018. *Principles Of Marketing. 17e edition*. Westford: Pearson Education Limited.
- Meithiana, Indrasari. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Musfar, Tengku Firli. 2021. *Manajemen Produk dan Merek*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik (Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-marketing)*. Yogyakarta: ANDI.
- Wijandari, a. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran DI UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani, Vol. 1 No.1 Agustus 2021: 61-64p- ISSN 2798-6942 | e-ISSN 2798-5687, 60-64.*

Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Perusahaan Kencana Bordir Tasikmalaya

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

20%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ukwms.ac.id Internet Source	2%
2	jurnalunived.com Internet Source	2%
3	eprints.ipdn.ac.id Internet Source	2%
4	nanopdf.com Internet Source	2%
5	ejurnal.id Internet Source	2%
6	melatijournal.com Internet Source	2%
7	journal.iain-ternate.ac.id Internet Source	2%
8	septdefianiii2798.blogspot.com Internet Source	1%

ojs.ekonomi-ungris.ac.id

9	Internet Source	1 %
10	proceedings.unisba.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.unimar-amni.ac.id Internet Source	1 %
12	journals.upi-yai.ac.id Internet Source	1 %
13	Hayani Hayani. "Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020 Publication	1 %
14	repository.unim.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.ustjogja.ac.id Internet Source	1 %
16	www.jurnal.minartis.com Internet Source	1 %
17	ecampus.pelitabangsa.ac.id Internet Source	1 %
18	repository.unissula.ac.id Internet Source	1 %
19	prin.or.id Internet Source	1 %

20	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	1 %
21	jurnalmandiri.com Internet Source	1 %
22	ejournal.kopertis10.or.id Internet Source	1 %
23	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	1 %
24	repository.unja.ac.id Internet Source	1 %
25	repositori.uma.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On