

Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Distro Random Apparel Bandung)

The Influence of Product Design on Consumer Purchase Decision
(Consumers Case Study on Distro Random Apparel Bandung)

¹Randy Wibawa,²Ratih Tresnati,³ Dede R.Oktini

^{1,2,3}Management Departement, Faculty of Economics and Bussines Bandung Islamic University rodi
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹randywibawaa@yahoo.co.id, ²ratihtresnati27@gmail.com, ³dedeoktini@yahoo.com

Abstract. This study attempts to understand the implementation of the Store Atmosphere in Distro Random Apparel Bandung, do respondents on the implementation of the Product Design in Distro Random Apparel Bandung, how the decision the purchase of consumers Distro Random Apparel Bandung and how influence product design of the decision the purchase. Research methodology that is used is a method of surveying. The kind of research carried out are verifikatif. Engineering the sample use is a technique non probability sampling. The population in this research was consumers Distro Random Apparel Bandung. Samples to be taken is consumers Distro Random Apparel Bandung by the number of 100 respondent. Data collection techniques used are a guide the questionnaire. The method of analysis the data used was simple linear regression analysis to know the direction of the relation between variable independent and dependent variable. The result of this research showed that there is significant influence between product design to consumer purchase decision on Distro Random. 54,1% purchase decision variable influenced by product design variable, while the remaining 45,9% was influenced by the other factors that was not examined in this study such as promotion, product quality and price

Keywords: Product design, purchase decision. Distro

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan Desain Produk pada Distro Random Apparel Bandung, bagaimana tanggapan responden tentang pelaksanaan Desain Produk pada Distro Random Apparel Bandung, bagaimana keputusan pembelian konsumen Distro Random Apparel Bandung dan bagaimana pengaruh Desain Produk terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Jenis penelitian yang dilaksanakan bersifat verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Distro Random Apparel Bandung. Sampel yang diambil adalah konsumen Distro Random Apparel Bandung dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pedoman Kuesioner. Metode Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Distro Random Apparel Bandung. Sebesar 54,1% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel desain produk, sedangkan sisanya 45,9 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas produk dan harga.

Kata kunci : Desain produk, keputusan pembelian, Distro

A. Pendahuluan

Bandung merupakan kota yang terkenal dengan industri pakaian jadi dengan model-model yang unik serta menarik dan mengikuti tren masa kini. Dengan begitu tidak heran wisata belanja saat ini merupakan masih menjadi wisata unggulan yang di tawarkan oleh kota yang dijuluki Paris Van Java. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya tempat-tempat wisata belanja yang bermunculan di kota ini, salah satunya adalah distro.

Sampai saat ini bisnis distro terus mengalami peningkatan, jumlah distro semakin bertambah dari tahun ke tahun, ini menunjukkan bahwa banyak pengusaha membuka usaha bisnis *fashion* di kota Bandung khususnya distro yang banyak digemari oleh kalangan muda dalam berbusana karena memiliki daya tarik tersendiri

Distro bersaing dengan para pesaingnya di industri kreatif *fashion* diantaranya dengan *factory outlet* dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Distro memiliki ciri khas dengan pesaingnya yaitu dari segi desainnya, distro memiliki item terbatas dari setiap desainnya sehingga dianggap khas oleh konsumen. Dengan uraian di atas dapat diketahui bahwa desain produk merupakan masalah yang penting untuk diteliti. Untuk menciptakan peluang keputusan pembelian semakin tinggi serta mempertahankan dan meningkatkan penjualan, perusahaan harus memikirkan desain produk yang dihasilkan dapat diterima oleh konsumen dengan cara inovasi ataupun perubahan pada desain produk yang dihasilkan. Dalam industri *Distribution Store*, keputusan pembelian dapat ditingkatkan dengan merancang desain produk yang menarik. Seperti menurut Kotler (1993), “desain produk yang baik dapat menarik perhatian untuk melakukan pembelian, meningkatkan kinerja, mengurangi biaya, dan menyesuaikan nilai terhadap pasar sasaran yang diinginkan”.

Sedangkan fakta dilapangan yang terjadi di Distro Random Apparel berbanding terbalik dengan standar, dimana konsumen tidak terdorong untuk membeli produk *t-shirt* di Distro Random Apparel. Hal ini dikarenakan pelaksanaan desain produk *t-shirt* pada Distro Random Apparel kurang menarik, maka dapat diketahui bahwa perancangan desain produk merupakan masalah yang penting untuk diteliti. Perusahaan harus memikirkan perancangan desain produk untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana pelaksanaan desain produk *t-shirt* di Distro Random Apparel?, Bagaimana tanggapan responden tentang pelaksanaan desain produk *t-shirt* yang dilakukan oleh Distro Random Apparel?, Bagaimana tanggapan responden tentang keputusan pembelian *t-shirt* di Distro Random Apparel?, Seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen pada Distro Random Apparel?. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui pelaksanaan desain produk *t-shirt* di Distro Random Apparel.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang pelaksanaan desain produk *t-shirt* yang dilakukan oleh Distro Random Apparel.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang tingkat keputusan pembelian *t-shirt* di Distro Random Apparel.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian *t-shirt* pada Distro Random Apparel.

B. Landasan Teori

Menurut Kotler dan Keller (2012:332), “Desain Produk yaitu totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan”.

Menurut Suharno dan Yudi Sutarso (2010:160), “Desain Produk adalah karakteristik produk yang mengakibatkan produk mudah menarik, kuat, mudah dibawa, disimpan dan sebagainya”.

Menurut Kotler dan Keller (2012:329-330). Desain produk pada dasar memiliki beberapa aspek rancangan yang mencakup:

1. Bentuk
2. Fitur
3. Mutu Kesesuaian
4. Daya Tahan

5. Kehandalan
6. Gaya
7. Kemudahan perbaikan

Menurut Kotler dan Keller (2012:166), “Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai dan perasaan setelah membeli”.

Menurut Suharno dan Yudi Sutarso (2010:96), “keputusan pembelian yaitu tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya”.

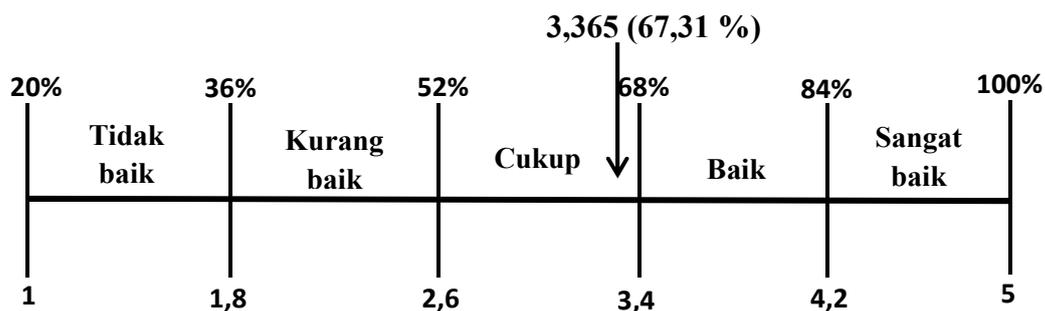
Metode-metode keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2012:161) kegiatan keputusan pembelian meliputi:

1. Pilihan produk
Konsumen menentukan produk mana yang akan dibeli, konsumen akan membeli produk yang memiliki nilai bagi konsumen tersebut. Perusahaan harus mengetahui produk seperti apa yang diinginkan konsumen.
2. Pilihan merek
Konsumen harus menentukan merek mana yang akan dibeli, setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.
3. Pilihan saluran pembelian
Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, dapat dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, dan keleluasaan tempat.
4. Waktu pembelian
Keputusan pembelian konsumen dalam pemilihan waktu pembelian dapat berbeda-beda.
5. Jumlah pembelian
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya.
6. Metode pembelian
Keputusan konsumen dalam menentukan jenis pembayaran, diantaranya adalah kartu kredit, *voucher*, dan kartu debit dll. Dengan demikian konsumen dapat melakukan pemilihan alternatif berdasarkan pertimbangan diatas untuk melakukan keputusan pembelian.

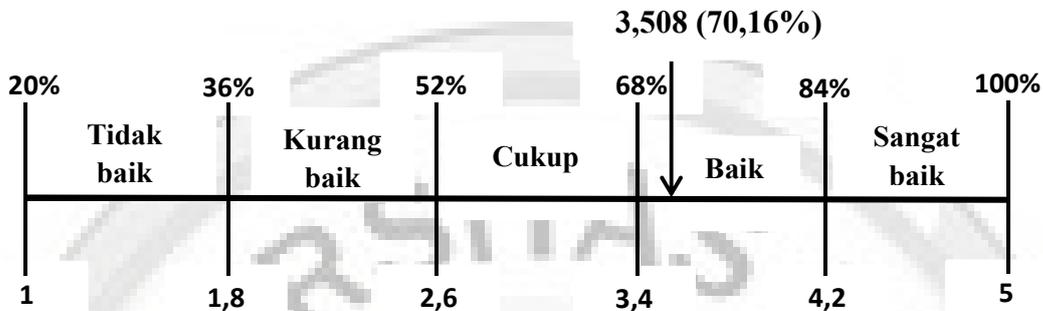
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tanggapan Responden Tentang Pelaksanaan Desain Produk pada Distro Random Apparel Bandung.



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tanggapan responden tentang desain produk menghasilkan rata-rata skor 3,365 (67,31%) dari keseluruhan indikator sebesar 30,29 yang berada dalam kategori “Cukup”

Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian Pada Distro Random Apparel Bandung.



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tanggapan responden tentang keputusan pembelian menghasilkan rata-rata skor 3,508 (70,16%) dari keseluruhan indikator keputusan pembelian sebesar 21,05 yang berada dalam kategori “Baik”.

Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Random Apparel Bandung

Berikut adalah penelitian mengenai Pengaruh Desain Produk dengan Keputusan Pembelian, yang diuji menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.536	3.92284

a. Predictors: (Constant), Desain_Produk

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2016.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui koefisien korelasi desain produk (X) dengan keputusan pembelian (Y) sebesar $r = 0,735$ ini berarti terdapat hubungan yang kuat antara desain produk (X) dengan keputusan pembelian (Y). Arahnya positif, ini berarti apabila desain produk meningkat maka keputusan pembelian juga meningkat.

Besarnya sumbangan atau peranan variabel desain produk terhadap variabel keputusan pembelian dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi (KD). Koefisien Determinasinya (*R Square*) menunjukkan nilai sebesar 0,541 atau sebesar 54,1% diperoleh dari hasil ($r^2 \times 100\% = 0,541 \times 100\% = 54,1\%$), artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel desain produk sebesar 54,1 % sedangkan sisanya 45,9 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas produk dan harga.

Tabel 2. Koefisien Regresi dan Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.042	1.995		.021	.983
	Desain_Produk	.685	.064	.735	10.739	.000

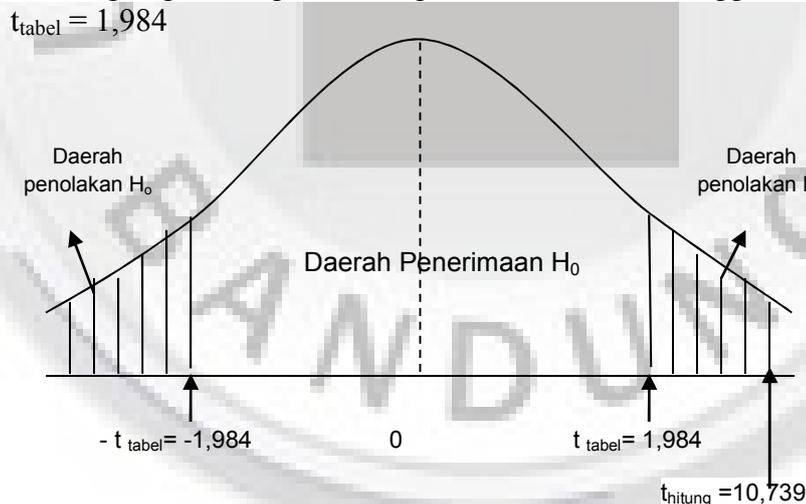
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dari tabel tersebut juga diperoleh persamaan regresi adalah:

$$Y = 0,042 + 0,685X$$

1. Jika tidak ada X (desain produk) maka nilai Y (keputusan pembelian) adalah 0,042 (konstanta). Dapat diartikan bahwa bila diasumsikan untuk desain produk sebesar 0, maka keputusan pembelian tetap sebesar 0,042.
2. Koefesien regresi desain produk (X) sebesar 0,685 yang bernilai positif, Hal ini menyatakan setiap meningkat 1 satuan pada desain produk, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,685.

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai uji t variabel desain produk didapatkan hasil sebesar 10.739, dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, dikarenakan $10.739 > 1.984$ dan dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Random Apparel Bandung.

**Gambar 1.** Kurva Uji t Variabel Desai Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa nilai uji t variabel desain produk yang didapat adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$, dikarenakan $10.739 > 1.984$, pada gambar nilai H_0 yang ditolak berada pada bagian yang diarsir. Sedangkan daerah yang diterima merupakan daerah H_a yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Random Apparel Bandung.

D. Kesimpulan

1. Pelaksanaan desain produk yang dilakukan oleh Distro Random Apparel Bandung terdiri aspek bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan dan gaya secara umum termasuk dalam kategori cukup baik.
2. Tanggapan responden tentang pelaksanaan desain produk yang dilakukan Distro Random Apparel Bandung secara umum termasuk dalam kategori cukup baik.
3. Tanggapan responden tentang keputusan pembelian pada Distro Random Apparel secara umum termasuk dalam kategori baik.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Distro Random Apparel Bandung

E. Saran

1. Guna menanggulangi permasalahan "produk *t-shirt* Distro Random Apparel masih kurang memiliki fitur atau ciri khas yang membedakan produk *t-shirt* nya dengan distro lainnya" sebaiknya Distro Random Apparel membuat fitur atau ciri khas guna mendiferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing.
2. Guna menanggulangi permasalahan "produk *t-shirt* Distro Random Apparel memiliki gaya yang kurang menarik", sebaiknya Distro Random Apparel memperbanyak referensi dari luar mengenai desain produk dan mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management. Fourteenth Global Edition*. 14 Edition. Pearson
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Vol 1-2*. Jakarta: Lembaga penerbit fakultas ekonomi UI
- Suharno dan Sutarso, Yudi. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.