

## Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepung Moccaf di PT Ayo Tani Berjaya

Desi Permatasari, Tina Melinda

Universitas Ciputra

tina.melinda@ciputra.ac.id

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), desain kemasan (X2) dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) PT tepung mokafa. Ayotani berhasil. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sampel penelitian diambil dari 50 responden PT. Ayotani berhasil. Bahan penelitian diperoleh melalui kuesioner, wawancara dan studi literatur. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji penerimaan klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji kepastian. Persamaan regresi linier berganda diperoleh dengan hasil penelitian  $Y = -3,505 + 0,459X1 + 0,451X2 + 0,197X3$  dan uji t variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sig  $0,000 < 1; 0,05$ . Desain kemasan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sig  $0,000 < 0,05$ . Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sig  $0,048 < 0,05$ . Hasil uji F memberikan hasil Fhitung dengan nilai signifikansi  $< 0,000; 0,05$ . Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, desain kemasan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan dan signifikan.

*Kata kunci: Kualitas Produk, Desain Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian*

### Abstract

The aim of this research is to determine the influence of product quality (X1), packaging design (X2) and price (X3) on consumer purchasing decisions (Y) of PT mokafa flour. Ayotani succeeded. This type of research is quantitative research. The data collection techniques used are primary data and secondary data. The research sample was taken from 50 PT respondents. Ayotani succeeded. Research materials were obtained through questionnaires, interviews and literature studies. The analysis techniques used are validity test, reliability test, classic acceptance test, multiple linear regression analysis, t test, F test and certainty test. The multiple linear regression equation was obtained with the research results  $Y = -3.505 + 0.459X1 + 0.451X2 + 0.197X3$  and the t test of the product quality variable partially had a significant effect on purchasing decisions sig  $0.000 < 1; 0.05$ . Packaging design partially influences purchasing decisions sig  $0.000 < 0.05$ . Price partially influences purchasing decisions sig  $0.048 < 0.05$ . The F test results provide Fcount results with a significance value of  $< 0.000; 0.05$ . From the results of the analysis it can be concluded that product quality, packaging design and price influence purchasing decisions simultaneously and significantly.

Keywords: Product Quality, Packaging Design, Price, Purchase Decision

### Pendahuluan

Swasembada pangan adalah hak negara dan bangsa untuk menentukan kebijakan pangan secara mandiri, menjamin hak dan kewajiban rakyat Indonesia untuk mendefinisikan sistem pangan sebagai potensi sumber daya lokal. Kesejahteraan petani merupakan kondisi yang harus dijaga karena mempengaruhi sistem pangan di Indonesia dan sebagai pelaku utama dalam pertanian, pelaku yang diuntungkan dari kegiatan pertanian dan transaksi terkait.

Di kalangan masyarakat Indonesia, makanan ini sering diidentikkan dengan nasi karena jenis makanan tersebut merupakan makanan pokok. Namun sebenarnya Anda tidak hanya membutuhkan nasi saja, Anda juga membutuhkan tepung terigu. Pasokan tepung terigu di Indonesia saat ini

sebagian besar terdiri dari ekspor dari negara lain, dan harga tepung terigu saat ini juga meningkat secara signifikan. Sehingga diperlukan inovasi produk baru yang dapat menggantikan tepung terigu dengan yang lebih murah. PT Ayo Tani Berjaya merupakan perusahaan agro peternakan yang bertujuan untuk berkontribusi terhadap visi Kementerian Pertanian untuk menjaga ketahanan pangan melalui inovasi menghasilkan singkong yang dapat menggantikan tepung terigu.

Selain keinginan PT Ayo Tani Berjaya untuk ikut menjaga ketahanan pangan di Indonesia, ia juga peduli terhadap kesejahteraan petani. Sampai saat ini sudah banyak petani singkong. Karena persoalan yang tidak kalah penting terkait dengan seringnya fluktuasi harga yang menimpa para petani singkong. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk tertentu. Menurut Kotler (2019: 131). Menurut Ernawat (2019), kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian setiap pelanggan. Semakin bagus produknya, semakin banyak konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

Berdasarkan data tersebut di atas dan berdasarkan pengamatan PT Ayo Tani Berjaya, peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk, desain kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Tepung Mocaf PT Ayo Tani Berjaya.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka masalah penyelidikan dapat dirumuskan seperti berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tepung mocaf di PT Ayo Tani Berjaya ?
2. Apakah desain kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tepung mocaf di PT Ayo Tani Berjaya ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tepung mocaf di PT Ayo Tani Berjaya ?

### **Landasan Teori**

#### **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan harapan setiap orang yang membeli produk tersebut. Pengaruh kualitas sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan membeli suatu produk. Kualitas produk dan kepuasan pelanggan, serta profitabilitas perusahaan, adalah tiga hal yang berkaitan erat. Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi kepuasan pelanggan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah. Perusahaan yang memotong biaya terlalu banyak membayar harga ketika kualitas pengalaman pelanggan menderita.

#### **Desain Kemasan**

(Adhitya, 2017) Desain kemasan adalah usaha kreatif yang menggabungkan bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi dan elemen lainnya. Desain paket ini adalah bagaimana kami menjalankan bisnis kami dengan mempertimbangkan semua aspek. Perancangan kemasan ini didasarkan pada bentuk, struktur, material, warna, gambar, topografi dan lain-lain, sehingga rancangan kemasan menjadi sarana pemasaran.

#### **Harga**

Menurut Kotler (2019:131), harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dengan berbagai cara. Di perusahaan besar, manajer divisi dan manajer lini produk biasanya bertanggung jawab atas penetapan harga.

#### **Keputusan Pembelian**

Tjipton (2016:21) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen

mengidentifikasi masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing pilihan tersebut dapat memecahkan masalah, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian.

### **Hubungan Antar Variabel**

1. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepung Mocaf**  
Kualitas produk merupakan variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan tugasnya. Jika produk tersebut mampu memenuhi tugasnya, dapat dikatakan berkualitas tinggi. Produk tersebut dapat ditawarkan dengan beberapa fungsi. Bisnis dapat membuat template induk dengan menambahkan beberapa fitur ke dalamnya. Fitur adalah alat kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dari pesaing. Konsumen saat ini memiliki aspirasi nilai yang jauh lebih luas dan lebih beragam karena mereka menghadapi banyak pilihan dalam bentuk barang dan jasa yang ingin mereka beli. Dalam hal ini, perusahaan yang cerdas berusaha memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, segala pengalamannya dalam mempelajari, memilih bahkan menggunakan produk. Proses alternatif dan pengambilan keputusan termasuk minat konsumen dalam membeli. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Made Tiya Yogi Suar, Ni Luh Wayan Sayang Telagawat dan Ni Nyoman Yulianthin, kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.  
 $H_1$  : Terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian konsumen
2. **Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepung Mocaf**  
Desain kemasan merupakan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Desain adalah konsep yang lebih besar daripada gaya. Konsep desain lainnya adalah sekumpulan fitur yang memengaruhi tampilan, nuansa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain lebih dari kulit luar kemasan produk. Desain yang baik tidak hanya memengaruhi penampilan produk, tetapi juga kegunaannya. Pengertian desain dapat dilihat dari perspektif dan konteks yang berbeda. Desain juga dapat diartikan sebagai kreasi seorang seniman untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan dengan cara tertentu. Desain produk dapat didefinisikan sebagai menciptakan ide, mengembangkan konsep, menguji dan menerapkan produk atau layanan.  
 $H_2$  : Terdapat pengaruh variabel desain produk terhadap variabel keputusan pembelian konsumen
3. **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepung Mocaf**  
Harga merupakan salah satu variabel yang berpengaruh besar terhadap perkembangan pemasaran tepung mokaf. Harga adalah nilai moneter suatu barang atau jasa jika, berdasarkan nilai tersebut, seseorang ingin memberikan barang dan jasa yang dimilikinya kepada orang lain. Harga produk tepung mocaf bervariasi tergantung dimana produk tersebut dijual, kepada siapa dan berapa banyak yang dibeli. Harga tepung moka di PT Ayo Tani Berjaya memiliki harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan produk pesaing, hal ini menjadi kekuatan karena memiliki daya tarik tersendiri dengan produk lain yang dijual dengan gizi yang baik dan banyak manfaat, sehingga harganya bisa relatif murah. . menarik daya beli konsumen dengan berbagai keuntungan.  
 $H_3$  : Terdapat pengaruh variabel harga produk terhadap variabel keputusan pembelian konsumen

### **Kerangka Teoritik**



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

## Metode Penelitian

### Jenis Penelitian

Tidak lain tujuan penelitian ini ialah untuk mencari dan mengumpulkan informasi yang nantinya dapat membantu untuk memperoleh hasil penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah cara memperoleh informasi, biasanya dalam bentuk gambar dan lebih sedikit tulisan daripada angka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas (X1) terhadap keputusan pembelian konsumen tepung mocaf di PT Ayo Tani Berjaya (Y). Untuk mengetahui pengaruh desain kemasan (X2) terhadap keputusan pembelian konsumen tepung moka di PT Ayo Tani Berjaya (Y), untuk mengetahui pengaruh harga produk (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen tepung moka di PT Ayo Tani Berjaya. Penelitian difokuskan pada variabel kualitas produk, desain kemasan, harga produk dan keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, konsumen tepung tiruan PT Ayo Tani Berjaya menjadi sasaran penyelidikan. Oleh karena itu hasil yang diinginkan peneliti adalah cara untuk meningkatkan penjualan mock afaroon di PT Ayo Tani Berjaya.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Definisi populasi menurut Sugiyono (2018, p. 117) adalah domain umum (kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki sifat dan sifat tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menarik kesimpulan darinya. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh konsumen mokafaruno PT Ayo Tani Berjaya yang tidak diketahui jumlahnya.

Kriteria pengambilan sampel yang diusulkan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019:133) mengemukakan bahwa teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan adalah konsumen yang membeli tepung moka antara umur 20 sampai 45 tahun.

### Metode Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer
2. Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data: Teknik interview (wawancara), observasi (observasi), survey atau angket

### Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas. Uji validitas dengan korelasi Pearson dalam Upstream (2019). Pengecekan validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Korelasi Pearson adalah ukuran kekuatan dan arah hubungan linier antara dua variabel. Kriteria keputusan untuk pernyataan yang

- valid adalah: Jika nilai signifikansi  $<0,05$  ( $\alpha=5\%$ ), maka soal dinyatakan salah. (Hulu 2019: 2).
2. Uji Reliabilitas. Pengujian reliabilitas berkaitan dengan tingkat konsistensi dan persistensi data, atau pengujian reliabilitas menentukan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika pengukuran gejala yang sama dilakukan dua kali atau lebih dengan meteran yang sama. Uji reliabilitas dengan program SPSS. Dengan kriteria sebagai berikut: Jika nilai Cronbach's alpha  $> 0,06$ , maka pertanyaan tersebut reliabel. Jika nilai Cronbach Alpha  $< 0,06$ , maka pertanyaannya tidak dapat diandalkan. (Hulu 2019:58)

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Imam Ghozal (2016:105) Uji Linearitas untuk mengetahui apakah model yang dipakai dalam penelitian ini sudah benar atau belum. Uji linieritas memeriksa apakah ada korelasi antar variabel atau tidak. Linier memiliki dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Menurut Forester (2016), jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dinyatakan linier, tetapi jika F tabel lebih kecil dari nilai F hitung maka dinyatakan non linier. Melihat nilai toleransi dan nilai VIF.

#### b. Uji Normalitas

Proses mengetahui sebaran data populasi dalam kondisi normal atau tidak normal merupakan proses uji normalitas. Menurut Ghozal (2018: 161) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel campuran atau residual dalam model regresi berdistribusi normal. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus Kolmogorov-Smirnov yaitu:

- Jika probabilitas  $> 0,05$  maka dapat dikatakan distribusi populasinormal.
- Jika probabilitas  $< 0,05$ , sehingga dapat dikatakan populasi tidak berdistribusi normal.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas Forester (2016) merupakan cara untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara suatu residual dengan residual pengamatan lainnya. Untuk meminimalkan risiko salah penilaian. Dengan demikian, heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat pola yang terdapat pada scatterplot. Basis keputusan uji heteroskedastisitas adalah: jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  diperoleh kesimpulan bahwa terdapat heteroskedastisitas.

#### d. Uji Linieritas

Untuk mengetahui apakah ditemukan hubungan linier yang signifikan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini, digunakan uji linieritas berdasarkan uji linieritas Forester (2016). Dasar pengambilan keputusan: Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel maka kuesioner dinyatakan valid. Jika nilai r hitung kurang dari nilai r-array, kueri tidak valid.

### Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Baskoro et al., (2020) regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

$\alpha$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi untuk  $X_1$

$b_2$  = Koefisien regresi untuk  $X_2$

$b_3$  = Koefisien regresi untuk  $X_3$

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Desain kemasan

$X_3$  = Harga

$e$  = Standar error

$Y$  = Keputusan Pembelian konsumen

### Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t dipakai dalam mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen (Khasanah, 2017 dalam Munir, 2018). Jika kesimpulan menunjukkan nilai t-test  $< 0 > 0,05$ , maka variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

### Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan seberapa besar suatu variabel bebas atau variabel bebas mempengaruhi suatu variabel terikat atau variabel terikat pada saat yang bersamaan (Khasanah, 2017; dalam Munir, 2018). Variabel bebas penelitian ini adalah kualitas produk, desain kemasan dan harga produk. Sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen. Kesimpulan akhir adalah sebagai berikut: Jika nilai uji F  $< 0 > 0,05$  maka semua variabel independen tidak ada pengaruhnya terhadap variabel dependen.

### Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi didasarkan pada Ghozal (2016) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Uji koefisien determinasi bervariasi antara nol dan satu, dimana nol menunjukkan tidak ada korelasi dan terus meningkat hingga mencapai kemiringan 1 yang menunjukkan korelasi sempurna. Jadi ketika R2 kecil, maka kapasitas variabel bebas yang terkandung dalam variabel terikat sangat terbatas.

## Hasil Penelitian

### Hasil Uji Validitas

Dari penyebaran kuesioner yang berjumlah 50 responden dapat diperoleh hasil uji validitas yang menggunakan program SPSS sebagai berikut ini:

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Signifikansi	Ket
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,000	Valid
	X1.2	0,000	Valid
	X1.3	0,000	Valid
	X1.4	0,000	Valid
	X1.5	0,000	Valid
	X1.6	0,000	Valid
Desain Kemasan (X2)	X2.1	0,000	Valid
	X2.2	0,000	Valid
	X2.3	0,000	Valid
	X2.4	0,000	Valid
	X2.5	0,000	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,000	Valid
	X3.2	0,000	Valid
	X3.3	0,000	Valid
	X3.4	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,000	Valid
	Y2	0,000	Valid
	Y3	0,000	Valid
	Y4	0,000	Valid
	Y5	0,000	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa hasil uji validitas pada semua item variabel Kualitas Produk, Desain Kemasan Dan Harga semua item pertanyaan memperoleh nilai taraf signifikansi  $< 0,05$ . Sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil	Keterangan
Kualitas Produk	0,60	0,760	Reliabel
Desain Pemasaran	0,60	0,754	Reliabel
Harga	0,60	0,791	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,60	0,798	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil nilai *cronbach's alpa* ( $\alpha$ ) variabel  $> 0,60$  sehingga indikator atau kuesioner dari keempat variabel tersebut reliabel atau layak dipercaya sebagai alat ukur variabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 3. Uji Normalitas**

Variabel	Asymp. Sig (2-tailed)	Keterangan
Kualitas produk, Desain Kemasan dan Harga	0,528	Normal

Sumber: Data Diolah, 2022

Pada hasil tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan Asymp. Sig untuk variabel Kualitas Produk, Desain Kemasan, Harga ( $X_3$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 0.528 nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 atau 5%. Sehingga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig	Standar Heteroskedastisitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,587	$>0,05$	Tidak terjadi heterokedastisitas
Desain Kemasan	0,706		Tidak terjadi heterokedastisitas
Harga	0,637		Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,587, variabel Desain Kemasan ( $X_2$ ) sebesar 0,706 dan variabel harga

(X3) sebesar 0,637. Nilai ketiga variabel X lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,420	2,383	Tidak terjadi multikolinearitas
Desain Kemasan (X2)	0,401	2,493	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga (X3)	0,653	1,531	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Harga memiliki nilai Tolerance untuk Kualitas Produk (X1) sebesar 0.420, Desain Kemasan (X2) sebesar 0.401 dan Harga (X3) sebesar 0.653 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF untuk X1 sebesar 2,383, X2 sebesar 2,493 dan X3 sebesar 1,531 yang lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak terjadi multikolinearitas, hal ini berarti antar variabel independent tidak terjadi korelasi.

### Uji Linieritas

**Tabel 6. Hasil Uji Linearitas**

Variabel	Defiation from Linearity	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0.115	Linier
Desain Kemasan (X <sub>2</sub> )	0.169	Linier
Harga (X <sub>3</sub> )	0.313	Linier

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, hasil Uji Linearitas maka dapat dijelaskan bahwa nilai *defiation from linearity* kualitas produk sebesar 0,115, desain kemasan 0,169 dan harga sebesar 0,313 yang artinya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear (garis lurus).

### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent yang terdiri dari variabel Motivasi kerja (X1) dan Pelatihan Kerja (X2) terhadap variabel dependent Kepuasan Kerja Karyawan (Y) dan untuk hasil pengujian hipotesis yang diajukan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	B
Konstanta	-3.505
Kualitas Produk	.459
Desain Kemasan	.451
Harga	.197

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan Analisis Hasil Regresi Linier Berganda pada penelitian ini, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :



$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -3.505 + 0,459X_1 + 0,451X_2 + 0,197X_3$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai Konstanta sebesar -3.505 artinya bila Kualitas Produk ( $X_1$ ), Desain Kemasan ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) nilainya tetap maka, Keputusan Pembelian ( $Y$ ) memiliki nilai sebesar -3.505.
2. Koefisien Regresi Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 0.459 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) bertambah satu satuan maka variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0.459 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
3. Koefisien Regresi Desain Kemasan ( $X_2$ ) sebesar 0.459 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel Desain Kemasan ( $X_2$ ) bertambah satu satuan maka variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0.459 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
4. Koefisien Regresi Harga ( $X_3$ ) sebesar 0.197 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel Harga ( $X_3$ ) bertambah satu satuan maka variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0.197 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

## Hasil Pengujian Hipotesis

**Tabel 8. Hasil Uji Hasil Uji t (Parsial)**

Hipotesis	Hasil Analisis	Keterangan
Diduga terdapat pengaruh parsial dari Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.	Sig 0,000 < 0,05	H1 Diterima H0 Ditolak
Diduga terdapat pengaruh parsial dari Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian.	Sig 0,000 < 0,05	H2 Diterima H0 Ditolak
Diduga terdapat pengaruh parsial dari Harga terhadap Keputusan Pembelian.	Sig 0,048 < 0,05	H3 Diterima H0 Ditolak

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diketahui pengaruh antara variabel independent yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Desain Kemasan ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai Sig-t 0.000 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
2. Pengaruh Desain Kemasan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai Sig-t 0.000 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Pengaruh Harga ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa nilai Sig-t 0.048 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.

## Hasil Uji F (Uji Simultan)

**Tabel 9. Hasil Uji F (Uji Simultan)**

Hipotesis	Hasil Analisis	Keterangan
Diduga terdapat pengaruh secara simultan variabel Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.	Sig 0,000 < 0,05	H4 Diterima H0 Ditolak

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji F hitung untuk variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Desain Kemasan ( $X_2$ ) Dan Harga ( $X_3$ ) mendapatkan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  maka model regresi  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan bahwa secara simultan atau bersama-sama kualitas produk ( $X_1$ ), desain kemasan dan harga ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil Uji Determinasi diatas dapat diketahui bahwa hasil uji determinasi ( $R^2$ ) atau nilai *R Square* sebesar 0,823 yang artinya korelasi atau hubungan antara variabel independent yang terdiri dari variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Desain Kemasan ( $X_2$ ) Dan Harga ( $X_3$ ) dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ) mempunyai hubungan yang kuat. Nilai *R square* ( $R^2$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,823 menunjukkan bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Desain Kemasan ( $X_2$ ) Dan Harga ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 82,3% sedangkan sisanya 17,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

### Intrepretasi Data

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian  
Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun individual. Hal ini diwakili oleh nilai signifikansi  $0,002 < 0,00$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal peneliti bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Wulan Intan Aghitsni dan Nur Busyra (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian  
Variabel desain kemasan ( $X_2$ ) secara parsial atau individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini diwakili oleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,00$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal peneliti bahwa desain kemasan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Heny Herawat dan Muslikah (2019), Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsat.
3. Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian  
Variabel desain kemasan ( $X_2$ ) secara parsial atau individual berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini diwakili oleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,00$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal peneliti bahwa desain kemasan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Heny Herawat dan Muslikah (2019), Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsat.
4. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian  
Variabel kualitas produk, desain kemasan dan harga mempengaruhi keputusan pembelian secara bersamaan atau bersama-sama. Hal ini diwakili oleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,00$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal peneliti bahwa kualitas produk, desain kemasan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
2. Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian.
3. Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Produk, Desain Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

### Saran

Adapun saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut ini :

1. Bagi Perusahaan  
Pimpinan harus memperhatikan kembali kualitas produk, desain kemasan dan harga yang diberikan terhadap konsumen agar mampu meningkatkan keputusan pembelian.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Bagi peneliti selanjutnya perlu adanya penelitian lanjutan terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang belum dilakukan dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Alfin NF Mufren. (2016). *Pengaruh Desain Produk Bentuk Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen* (Studi Kasus The Hijau Serbuk Tocha), Tasikmalaya Jurnal Ekonomi Manajemen, Volume 2 Nomor 2 (November 2016) 48-54
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Fauziah, W.N. and Julaeha, L.S. (2022). *Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Pembelian Impulsif yang di Mediasi Emosi Positif*. (Study kasus di Instagram @superjunior\_elfindonesia). Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Volt 8 No 7 (Mei 2022)
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Putra, Valentinus Kustiono. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile, Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 5, Nomor 4, Oktober 2020
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.