

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT CLASSIC PRIMA CARPET INDUSTRIES

Alecia Delia

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Aleciadelia1305@gmail.com**Abstract**

This study aims to determine the influence of product design and product quality on purchase decisions at PT Classic Prima Carpet Industries. The study used a quantitative approach with a survey method. The population consisted of 400 customers who made purchases during March-May 2026. Using the Slovin formula with a 10% margin of error, 80 respondents were selected. Primary data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS through validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The results show that product design has a positive and significant effect on purchase decisions, with a t-value of 2.887 and a significance value of 0.005. Product quality also has a positive and significant effect, with a t-value of 3.135 and a significance value of 0.002. Simultaneously, product design and product quality have a positive and significant effect on purchase decisions, with an F-value of 17.067 and a significance value of 0.000. The Adjusted R Square of 0.289 indicates that the two variables explain 28.9% of the variation in purchase decisions, while 71.1% is explained by other factors outside the study.

Keywords: Product Design, Product Quality, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Classic Prima Carpet Industries. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah customer PT Classic Prima Carpet Industries yang melakukan pembelian pada periode Maret-Mei 2026 sebanyak 400 customer. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 80 responden. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,887 dan signifikansi 0,005. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung 3,135 dan signifikansi 0,002. Secara simultan, desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan F hitung 17,067 dan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,289

Article history

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 28,9% variasi keputusan pembelian, sedangkan 71,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Desain Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menghasilkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus memberikan nilai tambah dibandingkan produk pesaing. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga memperhatikan desain dan kualitas produk sebagai bagian dari pertimbangan keputusan pembelian. Dalam industri karpet, desain memiliki fungsi estetis sekaligus fungsional karena karpet menjadi bagian dari elemen dekoratif ruangan. Sementara itu, kualitas berkaitan dengan daya tahan, kenyamanan, kerapian, kesesuaian spesifikasi, dan kemampuan produk memenuhi harapan konsumen.

PT Classic Prima Carpet Industries bergerak dalam produksi dan penjualan karpet dengan berbagai jenis, motif, dan ukuran. Berdasarkan pengamatan awal dalam penelitian, terdapat pertimbangan konsumen terkait variasi desain, ketahanan bahan, kerapian produksi, dan daya tahan penggunaan. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya memahami hubungan desain produk dan kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh desain produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Classic Prima Carpet Industries.

TINJAUAN PUSTAKA

Desain produk dipahami sebagai proses perancangan dan pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan konsumen dengan memperhatikan estetika, fungsionalitas, inovasi, dan diferensiasi. Dalam penelitian ini, indikator desain produk mencakup model produk, variasi desain, daya tarik produk, estetika produk, dan inovasi desain.

Kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya dan memenuhi kebutuhan konsumen. Indikator yang digunakan meliputi performance, durability, conformance to specification, features, reliability, dan aesthetics.

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen dalam memilih dan membeli produk berdasarkan kebutuhan dan pertimbangan tertentu. Indikator yang digunakan meliputi pilihan produk, pilihan merek, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang digunakan dalam skripsi, hipotesis penelitian adalah: H1 desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; H2 kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; H3 desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif serta metode survei. Penelitian dilakukan pada PT Classic Prima Carpet Industries. Populasi penelitian adalah seluruh customer yang melakukan pembelian pada periode Maret-Mei 2026 sebanyak 400 customer. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebanyak 80 responden. Kriteria responden adalah konsumen

yang pernah membeli produk karpet, bersedia mengisi kuesioner, dan melakukan pembelian pada periode penelitian.

Data primer diperoleh melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan dokumen pendukung. Instrumen menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 5,113 + 0,404X_1 + 0,360X_2 + e$. Koefisien regresi positif menunjukkan hubungan searah antara desain produk dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.

Variabel	B	T	Sig.
Konstanta	5,113	1,438	0,154
Desain Produk (X1)	0,404	2,887	0,005
Kualitas Produk (X2)	0,360	3,135	0,002

Uji parsial menunjukkan desain produk memiliki nilai t hitung 2,887 dengan signifikansi 0,005. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki t hitung 3,135 dengan signifikansi 0,002, sehingga kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji simultan menunjukkan F hitung sebesar 17,067 dengan signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,289 berarti kedua variabel menjelaskan 28,9% variasi keputusan pembelian, sedangkan 71,1% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Temuan tersebut sejalan dengan pembahasan dalam skripsi bahwa desain yang menarik, sesuai kebutuhan, dan memiliki daya tarik visual dapat meningkatkan ketertarikan konsumen. Kualitas produk yang baik, termasuk daya tahan, keandalan, dan kesesuaian dengan harapan konsumen, dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap produk.

KESIMPULAN

Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Classic Prima Carpet Industries. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel tersebut menjelaskan 28,9% variasi keputusan pembelian, sedangkan 71,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

SARAN

PT Classic Prima Carpet Industries disarankan untuk terus mengembangkan desain produk yang inovatif, menarik, dan mengikuti kebutuhan konsumen serta menjaga konsistensi kualitas produk. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti harga, promosi, citra merek, kualitas pelayanan, kepuasan, atau kepercayaan konsumen serta memperluas jumlah responden dan cakupan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, E. P., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik. *MASMAN: Master Manajemen*, 3(1), 50-61.
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis (JMOB)*, 1(4), 553-564.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di Tangsel. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Universitas Muhammadiyah Jakarta*.
- Norma & Sulisty. (2023). *The Impact of Product Design and Brand Image on the Purchase Decisions of Erigo Product*.
- Nurlina & Ulandari. (2024). Pengaruh Brand Image, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Somethinc di Instagram.
- Perdana, Pardiman, & Diana. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Consina.
- Marissa, Anita, & Norfiza. (2023). Pengaruh Label Halal, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Produk Kosmetik.
- Yulianti & Istiyanto. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Desain dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian.
- Yanuar. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario di DIY melalui Word of Mouth.
- Haji. (2025). Pengaruh Desain Produk, Citra Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glo di Kota Batam.