
Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Inovasi dan Desain Produk

Nyoman Dwika Ayu Amrita* dan I Komang Yoga Narayana

Universitas Ngurah Rai, Bali-Indonesia

*dwika.ayu@unr.ac.id, yoganarayana1996@gmail.com

How to cite (in APA style):

Amrita, N. D. A., & Narayana, I. K. Y. (2023). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Inovasi dan Desain Produk. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 22(1), pp.91-101. <https://doi.org/10.22225/we.22.1.2023.91-101>

Abstract

Endek woven fabric is one of the traditional fabrics of Balinese cultural heritage that is still preserved. Endek woven fabrics are known for their beautiful motifs, color combinations and the fineness of the fabric fibers. Endek woven fabrics already have their own consumers and consumer purchasing decisions are very important to be considered by craftsmen. This study aims to determine the influence of innovation and product design on consumer purchasing decisions on Riski Adijaya endek woven fabrics Product in Sidemen sub-District of Karangasem. This research was conducted in one of the weaving businesses in Sidemen District. The object of this research is innovation (X1), product design (X2) and purchasing decisions (Y). The number of samples taken is one hundred respondents using accidental sampling technique. Data collection techniques used are observation, interviews and questionnaires. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, analysis of determination, F test (F-test) and t-test (t-test). The results of this study indicate that innovation and product design have a positive and significant effect both simultaneously and partially on consumer purchasing decisions on Riski Adijaya endek woven fabrics Product in Sidemen sub-District of Karangasem. Which means that the better the innovation and product design used, the higher the consumer's desire to make a purchase.

Keywords: *purchasing decisions; innovation; product design; weaving; endek*

Abstrak

Kain tenun endek merupakan salah satu kain tradisional warisan budaya turun-temurun masyarakat Bali yang masih tetap dijaga kelestariannya. Kain tenun endek dikenal dengan keindahan motif, perpaduan warna dan kehalusan serat kainnya. Kain tenun endek sudah memiliki konsumennya tersendiri dan keputusan pembelian konsumen sangat penting untuk diperhatikan oleh para pengerajin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Penelitian ini dilakukan di salah satu usaha tenun yang ada di Kecamatan Sidemen. Objek penelitian ini adalah inovasi (X1), desain produk (X2) dan keputusan pembelian (Y). Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak seratus responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, uji F (F-test) dan uji t (t-test). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Yang artinya semakin baik inovasi dan desain produk yang digunakan maka akan semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: keputusan pembelian; inovasi; desain produk; tenun; endek

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan beraneka ragam kebudayaan adat tradisi yang tertuang kedalam beragam bentuk karya seni kerajinan dan tersebar di setiap provinsi. Salah satunya yaitu kerajinan kain tenun endek yang merupakan kain tradisional khas Bali. Motif yang unik pada kain tenun endek memiliki daya tarik tersendiri dan sudah menjadi identitas dari produk tersebut. Endek sebagai warisan budaya turun-temurun yang di proses secara tradisional cukup banyak diminati oleh masyarakat khususnya di Bali. Ketatnya persaingan antar pelaku usaha dalam

memasarkan produknya membuat tersedianya beraneka ragam jenis produk kain tenun Endek yang beredar dipasaran. Sehingga, mempelajari cara konsumen melakukan keputusan pembelian menjadi hal yang amat penting bagi perusahaan guna terciptanya strategi pemasaran produk dalam menghadapi persaingan pasar. Keputusan pembelian merupakan Suatu tahap di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Kotler, 2012). Dengan memahami faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, perusahaan bisa menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Inovasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia No 18 Tahun 2002 pasal 1 ayat (9) menyatakan bahwa inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Produk yang diinovasikan dengan mengikuti perkembangan zaman akan membedakannya dengan produk yang lain dan lebih membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Selain itu inovasi yang dilakukan terhadap proses produksi juga dapat mengoptimalkan hasil produksi asalkan inovasi tersebut tidak menghilangkan karakteristik atau ciri khas dari produk.

Selain inovasi, desain produk juga menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan minat beli konsumen. Desain Produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi produk tertentu menurut yang diisyaratkan konsumen (Kotler, 2012). Desain atau bentuk merupakan ciri khas utama yang dimiliki suatu produk dan menjadi unsur yang pertama kali menarik perhatian konsumen. Konsumen akan memilih produk yang memiliki keunikan dan manfaat yang sesuai untuk kebutuhannya, yang artinya bentuk atau tampilan produk memberikan fungsi khusus atau nilai seni estetis yang dapat menyenangkan hati konsumen. Sehingga tak jarang banyak pelaku usaha yang berlomba-lomba mengeluarkan desain produk terbarunya untuk bisa memimpin pasar.

Akan tetapi semakin berkembangnya teknologi saat ini banyak desain produk kain tenun endek yang sudah diadaptasi kedalam kain modern atau produk kain tenun endek yang diproduksi menggunakan mesin modern sehingga itu menghilangkan karakteristik kain tenun yang merupakan kerajinan tangan yang dikerjakan secara tradisional. Dikhawatirkan di masa depan eksistensi dari kain tenun Endek tradisional akan digeser oleh kain-kain adaptasi modern (Cahya, 2018). Ditambah lagi busana modern dianggap lebih bagus dibandingkan dengan produk kain tradisional, hal itu sangat perlu untuk dibuatkan cara atau strategi guna mengembalikan minat konsumen dalam memanfaatkan kain tradisional agar dapat dipergunakan tidak hanya dikalangan pegawai atau ASN saja melainkan juga pada kalangan remaja dan orang tua. Sehingga permasalahan-permasalahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap kain tenun Endek perlahan dapat diatasi (Yofhi dkk, 2018).

Salah satu perusahaan tenun yang saat ini tengah menghadapi permasalahan dalam usahanya yaitu usaha tenun Endek Riski Adijaya yang berlokasi di Kecamatan Sidemen Karangasem. Perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2008 ini memiliki beberapa kendala pada proses produksi dan pemasaran produknya. Kendala utama yang sering dihadapi yaitu sulitnya memperoleh bahan baku benang yang berkualitas karena benang yang biasa digunakan merupakan produk impor dari India dan China yang tentu tidak tersedia melimpah ditoko-toko pemasok. Kurangnya ketelitian para pengrajin dalam menenun membuat kain yang dihasilkan terkadang kurang rapi, berlubang atau kotor terkena noda. Semua proses produksi masih dikerjakan secara manual dan sangat bergantung pada cuaca sehingga proses pengerjaannya memakan waktu yang cukup lama. Ditambah lagi kurangnya inovasi yang dilakukan membuat produk yang dihasilkan terkesan monoton atau itu-itu saja. Selain itu, kesalahan yang terjadi karena kurang fokusnya para pengrajin juga kerap menjadi kendala yang merugikan perusahaan, seperti kesalahan dalam pemberian warna dasar ataupun warna pada motif yang akan mengubah desain awal yang sudah ditetapkan karena warnanya tidak sesuai atau berantakan. Pergantian tren motif di masyarakat yang begitu cepat dipasaran membuat perusahaan kesulitan dalam membuat desain produk yang baru dan di sisi lain desain-desain motif yang dibuat juga tidak memiliki hak cipta sehingga mudah untuk ditiru dan dipergunakan oleh para pesaing. Ditambah lagi minimnya modal yang digunakan membuat perusahaan lebih mengutamakan memproduksi kain Endek yang sudah menjadi pesanan konsumen.

Permintaan konsumen terhadap produk kain tenun Endek khususnya di daerah Bali mengalami

peningkatan yang tinggi selama beberapa tahun terakhir. Hal itu bermula semenjak ditetapkannya PERGUB Bali No. 79 Tahun 2018 Tentang Hari Penggunaan Busana Adat Bali untuk seluruh sekolah dan instansi perkantoran yang ada di Bali di mana produk kain tenun Endek menjadi produk yang lebih dominan dicari oleh para konsumen. Dilansir dari artikel FAJARBALI (2020) semenjak dikeluarkannya Pergub Bali No. 79 tahun 2018 para pengerajin tenun mulai bergeliat karena pesanan yang semakin meningkat dan pengerajin tenun di Sidemen mengucapkan terimakasih atas keluarnya Pergub tersebut. Ditambah lagi Gubernur Bali mengeluarkan Surat Edaran No 4 Tahun 2021 Tentang Penggunaan Kain Tenun Endek Bali/Kain Tradisional Bali sebagai seragam sekolah ataupun seragam kantor yang wajib dikenakan setiap hari Selasa. Dengan adanya kedua peraturan tersebut Pemerintah Bali mengharapkan permintaan konsumen terhadap kain tenun Endek selalu ada dan meningkat setiap tahunnya sehingga dapat membantu para pengerajin dan menjaga kelestarian budaya.

Akan tetapi pada kenyataannya penjualan produk dari usaha Tenun Endek Riski Adijaya justru terus mengalami penurunan selama empat tahun terakhir. Hal itu terjadi karena ketatnya persaingan pasar semenjak peraturan tersebut diberlakukan, munculnya banyak pesaing dari luar yang ikut memasarkan produknya ke Bali serta membanjiri pasar seni dan toko busana adat di Bali dengan menawarkan harga produk yang lebih murah dari harga pasaran. Munculnya banyak pesaing dalam usaha ini membuat keputusan pembelian konsumen terus berkurang karena tersedianya banyak produk yang bisa menjadi pilihan dipasaran. Sehingga hal tersebut membuat penjualan produk dari usaha tenun Endek Riski Adijaya kian hari kian menurun yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1

Volume Penjualan Produk Kain Tenun Endek Riski Adijaya Dari tahun 2016 – 2021

| Tahun | Volume Penjualan | | | Total Omset (Rp) | Persentase Peningkatan (%) |
|-------|------------------|--------------|--------|------------------|----------------------------|
| | Metris | Jenis Produk | Jumlah | | |
| 2016 | 2.318 | Sutra | 3.542 | 845.640.000 | - |
| 2017 | 2.887 | Sutra | 4.285 | 1.008.960.000 | 19,31% |
| 2018 | 2.383 | Sutra | 3.667 | 878.340.000 | -12,95% |
| 2019 | 2.139 | Sutra | 2.983 | 680.420.000 | -22,53% |
| 2020 | 1.352 | Sutra | 1.772 | 390.360.000 | -42,63% |
| 2021 | 1.806 | Sutra | 2.143 | 443.030.000 | 13,49% |

Sumber : *Usaha Tenun Endek Riski Adijaya*

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa konsumen dari usaha tenun Endek Riski Adijaya, ternyata banyak konsumen yang menginginkan inovasi produk yang baru dan desain-desain produk yang tengah tren dipasaran, seperti produk dengan desain motif Palembang yang memang banyak dicari konsumen saat ini dan beberapa inovasi produk dari kain tenun Endek seperti Endek yang dilasem, dijumput, dan diberi tabur mas atau ditumpal. Jika tidak menemukan produk yang diinginkan konsumen lebih memilih membatalkan pembelian dan berbelanja ketempat yang lain.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaitkan hubungan antara inovasi dan desain produk dengan keputusan pembelian konsumen, seperti halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ginting dkk, 2018) yang menunjukkan bahwa variabel Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada kain Songket Tenun Tarutung di Kabupaten Tapanulin Utara. Sedangkan (Atnawati dan Widiastini, 2021) menunjukkan hasil bahwa Inovasi produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kain endek di Pasar Sempura.

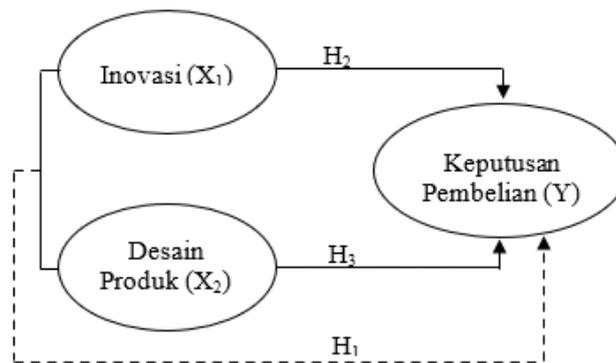
Penelitian dari (Wirastini, 2018) menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kain Endek pada Sekar Jepun Endek kota Denpasar. Sedangkan Ariella (2018) pada penelitiannya menunjukkan bahwa desain produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan objek penelitian pada konsumen Mazelnid.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengambil judul “Pengaruh Inovasi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kain Tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem” dengan rumusan masalah yaitu inovasi dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan

Sidemen Karangasem, inovasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem dan desain produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem

Berdasarkan rumusan masalah tersebut dapat diketahui tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh inovasi dan desain produk secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Kaarangasem.

II. KONSEP DAN HIPOTESIS



Gambar 1

Kerangka Konseptual Penelitian Pengaruh Inovasi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Sumber: Kajian teori dan hasil penelitian sebelumnya

Keterangan:

Pengaruh secara simultan

Pengaruh secara parsial

Gambar 1 dapat dijelaskan kerangka konseptual penelitian digambarkan dalam bentuk oval karena variabel inovasi, desain produk dan keputusan pembelian diukur oleh beberapa indikator. H1 menunjukkan hipotesis yang akan dirumuskan dari pengaruh secara simultan antara inovasi dan desain produk terhadap keputusan pembelian, sebaliknya H2 dan H3 menunjukkan hipotesis yang akan dirumuskan dari pengaruh secara parsial antara inovasi dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

H1: Inovasi dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem

H2: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem

H3: Desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem

III. METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari beberapa variabel dengan judul penelitian Pengaruh Inovasi dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kain Tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Dimana variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan pembelian (Y), dan variabel independen yaitu inovasi (X₁) dan desain produk (X₂). Dengan demikian penelitian ini merupakan penelitian model Regresi Berganda.

Lokasi penelitian ini terletak di Dusun Cegeng, Desa Kertha Buana, Kecamatan Sidemen,

Kabupaten Karangasem Bali. Bidang study yang dipakai adalah manajemen pemasaran dengan substansi bahasan adalah inovasi dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Yang menjadi objek penelitiannya adalah keseluruhan konsumen pada usaha tenun endek Riski Adijaya.

Populasi pada penelitian ini ialah keseluruhan konsumen yang pernah berbelanja di usaha tenun Endek Riski Adijaya yang jumlah keseluruhannya tidak teridentifikasi.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi populasi untuk ditunjuk sebagai sampel dan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan cara memilih orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dirasa cocok untuk menjadi sumber data (Sugiyono, 2018). Jumlah sampel yang *representative* menurut Hair *at al.* (2010) adalah jumlah indikator dikali 5. Sehingga jumlah sampel yang diperoleh adalah 100 orang.

Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha tenun Endek Riski Adijaya dan hasil penyebaran kuesioner. Data sekunder penelitian ini adalah data penjualan produk usaha tenun Endek Riski Adijaya selama beberapa tahun terakhir. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif berupa sejarah berdirinya usaha, visi misi usaha, struktur organisasi serta nama dan alamat obyek penelitian. Dan data kuantitatif penelitian ini berupa hasil data kuesioner yang telah disebarakan.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dengan berkunjung ke lokasi produksi dan pemasaran dari usaha tenun Endek Riski Adijaya, wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha dan kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden. Analisis data menggunakan SPSS *versions 24 for windows* dengan uji validitas dan uji reliabilitas pada instrumen penelitian serta uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas pada uji asumsi klasik.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi dan desain produk terhadap keputusan pembelian, analisis determinasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh inovasi dan desain produk terhadap keputusan pembelian, uji signifikansi simultan F-test untuk menguji hipotesis simultan dan uji signifikansi parsial t-test untuk menguji hipotesis parsial.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk

Uji Multikolinearitas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinearitas

| Variable | Tolerance | VIF |
|---------------|-----------|-------|
| Inovasi | 0,678 | 1,475 |
| Desain Produk | 0,678 | 1,475 |

Sumber : Data Diolah, 2022

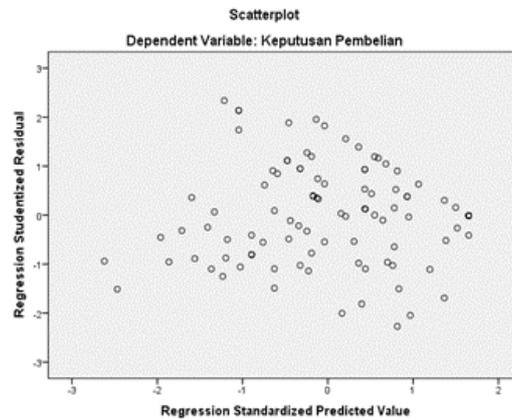
Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel inovasi dan desain produk memiliki nilai Tolerance > 0,10 (10%) dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10. Sehingga model regresi dapat dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variable | Tolerance | Sig. |
|---------------|-----------|-------|
| Inovasi | -1,752 | 0,083 |
| Desain Produk | -0,659 | 0,511 |

Sumber : Data Diolah, 2022



Gambar 1
 Scatterplot

Sumber : Data Diolah, 2022

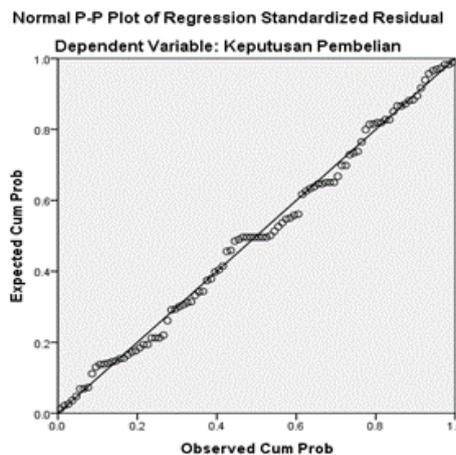
Tabel 3 menunjukkan signifikansi setiap variabel bebas $>$ alpha (0,05) dan Gambar 1 menunjukkan titik-titik menyebar dibawah dan atas sumbu Y Dan tidak membentuk pola teratur. Sehingga model regresi dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Tabel 4
 Hasil Uji Normalitas

| | Unstandardized Residual |
|-----------------------|-------------------------|
| Asimp.Sig. (2-tailed) | 0,200 |

Sumber : Data Diolah, 2022



Gambar 2
 Grafik Normal P-P Plot

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4 menunjukkan tingkat signifikansi variabel sebesar 0,200 yaitu $>$ 0,05 dan Gambar 2 menunjukkan penyebaran data mengikuti garis diagonal lurus. Sehingga model regresi dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variable | B |
|---------------|-------|
| Constant | 2,639 |
| Inovasi | 0,366 |
| Desain Produk | 0,416 |

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 5, maka persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah $Y = 2,639 + 0,366X_1 + 0,416X_2$. Nilai a = 2,639 memiliki arti bahwa apabila nilai dari inovasi (X_1) dan desain produk (X_2) sama-sama nol (0), maka keputusan pembelian (Y) akan tetap ada sebesar 2,639. Nilai $b_1 = 0,366$ memiliki arti bahwa apabila nilai dari inovasi (X_1) dinaikkan sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 0,366. Nilai $b_2 = 0,416$ memiliki arti bahwa apabila nilai dari desain produk (X_2) dinaikkan satu satuan maka akan menaikkan nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 0,416. Nilai $b_1 = 0,366$ dan $b_2 = 0,416$ memiliki arti bahwa apabila nilai dari inovasi (X_1) dan desain produk (X_2) sama-sama dinaikkan satu satuan maka akan menaikkan nilai keputusan pembelian (Y) sebesar satu satuan pada konstanta 2.639.

Analisis Determinasi

Tabel 6

Hasil Analisis Determinasi

| R | RiSquare | Adjusted RiSquare |
|-------|----------|-------------------|
| 0,737 | 0,543 | 0,534 |

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 6 menunjukkan nilai koefisien determinasi adalah 0,534 (*Adjusted R Square*), yang berarti besarnya kontribusi pengaruh inovasi dan desain produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 53,4% dan sisanya 46,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (F-test)

Tabel 7

Hasil Uji Signifikansi Simultan (F-test)

| Model | F | Sig. |
|------------|--------|-------|
| Regression | 57,705 | 0,000 |

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 7 menunjukkan hasil uji signifikansi simultan (F-test) dengan rincian sebagai berikut:

Perumusan hipotesis

$H_0 ; b_1, b_2 = 0$ berarti tidak ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari inovasi (X_1) dan desain produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya.

$H_a ; b_1, b_2 > 0$ berarti ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari inovasi (X_1) dan desain produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya.

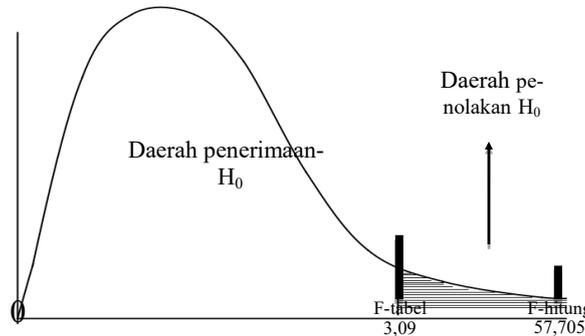
Ketentuan pengujian

Taraf kesalahan yang digunakan adalah 5% dengan nilai F-tabel $0,05(k ; n-k-1)$. Sehingga dihasilkan nilai F-tabel = $0,05(2 : 100 - 2 - 1) = 0,05(2 ; 97)$ berdasarkan tabel distribusi F maka diperoleh nilai sebesar 3,09.

Penentuan F-hitung

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS version 24 for windows pada Tabel 7 diperoleh nilai F-hitung yaitu 57,705.

Menggambaran daerah penerimaan dan penolakan H_0



Gambar 3

Kurva Distribusi Uji F-test

Sumber : Data Diolah, 2022

Kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis

H_0 ditolak jika F-hitung > F-tabel atau nilai sig. < 0,05

H_0 diterima jika F-hitung < F-tabel atau nilai sig. > 0,05

Penarikan kesimpulan

Tabel 7 menunjukkan nilai F-hitung > F-tabel yaitu $57,705 > 3,09$ dan nilai sig. yaitu $0,000 < 0,05$, Gambar 3 menunjukkan F-hitung berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti inovasi dan desain produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Eendek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Atnawati dan Widiastini (2021) akan tetapi hasil tersebut berlawanan dengan fenomena yang terjadi di mana perusahaan sudah melakukan inovasi dan pengembangan desain produk namun volume penjualan justru terus menurun yang diyakini terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi penurunan penjualan tersebut.

Uji Signifikansi Parsial (t-test)

Tabel 8

Hasil Uji Signifikansi Parsial (t-test)

| Variable | T | Sig. |
|---------------|-------|-------|
| Inovasi | 5,184 | 0,000 |
| Desain Produk | 4,805 | 0,000 |

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 8 menunjukkan hasil uji signifikansi parsial (t-test) dengan rincian sebagai berikut:

Pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian

Perumusan hipotesis

H_0 : $b_1 = 0$ artinya inovasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem.

H_a : $b_1 > 0$ artinya inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem.

Ketentuan pengujian

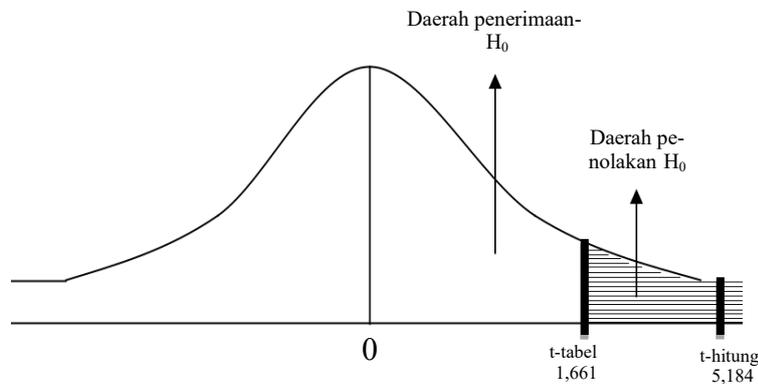
menggunakan uji satu arah dengan $t\text{-tabel} = t(\alpha, df)$. α (tingkat kesalahan 5%) dan df (derajat kebebasan $n - k - 1$). Dimana $\alpha = 0,05$ dan $df = 100 - 2 - 1 = 97$. Sehingga besarnya t-tabel

yang diperoleh = $t(0,05:97) = 1,661$.

Penentuan t_1 -hitung

Berdasarkan hasil perhitungan data menggunakan *SPSS version 24 for windows*, pada Tabel 8 diperoleh nilai t_1 -hitung untuk inovasi (X_1) adalah sebesar 5,184.

Menggambarkan daerah penerimaan dan penolakan H_0



Gambar 4

Kurva distribusi Uji t_{11}

Sumber : Data Diolah, 2022

Kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis

H_0 ditolak jika t_1 -hitung $>$ t-tabel atau nilai sig. $<$ 0,05

H_0 diterima jika t_1 -hitung $<$ t-tabel atau nilai sig. $>$ 0,05

Penarikan kesimpulan

Tabel 8 menunjukkan nilai t_1 -hitung $>$ t-tabel yaitu $5,184 > 1,661$ dan nilai sig. yaitu $0,000 <$ $0,05$, Gambar 4 menunjukkan t-hitung berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ginting dkk (2018) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian

Perumusan hipotesis

H_0 : $b_1 = 0$ artinya desain produk secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem.

H_a : $b_1 > 0$ artinya desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem.

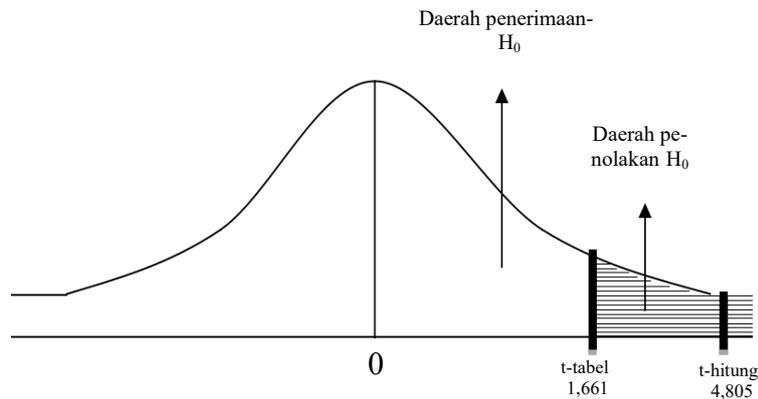
Ketentuan pengujian

menggunakan uji satu arah dengan t-tabel = $t(a,df)$. a(tingkat kesalahan 5%) dan df (derajat kebebasan $n - k - 1$). Dimana $a = 0,05$ dan $df = 100 - 2 - 1 = 97$. Sehingga besarnya t-tabel = $t(0,05:97) = 1,661$.

Penentuan t_2 -hitung

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *SPSS version 24 for windows* pada Tabel 8, besarnya t_2 -hitung untuk desain produk (X_2) adalah 4,805.

Menggambarkan daerah penerimaan dan penolakan H_0



Gambar 5

Kurva Distribusi t_{h2}

Sumber : Data Diolah, 2022

Kriteria penolakan atau penerimaan hipotesis

H_0 ditolak jika t_2 -hitung > t-tabel atau nilai sig. < 0,05

H_0 diterima jika t_2 -hitung < t-tabel atau nilai sig. > 0,05

Penarikan kesimpulan

Tabel 8 menunjukkan nilai t_2 -hitung > t-tabel yaitu $4,805 > 1,661$ dan nilai sig. yaitu $0,000 < 0,05$, Gambar 5 menunjukkan t_2 -hitung berada pada daerah penolakan H_0 , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Wiryastini (2018) yang menunjukkan bahwa desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian pada usaha tenun endek Riski Adijaya adalah sebagai berikut:

Inovasi dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Yang artinya semakin tinggi inovasi dan desain produk maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

Inovasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Yang artinya semakin tinggi inovasi maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

Desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain tenun Endek Riski Adijaya di Kecamatan Sidemen Karangasem. Yang artinya semakin tinggi desain produk maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariella, I.R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 215-221.
- Arifin, J. (2017) SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Atnawati, I.A.D. dan Widiastini, N.M.A. 2021. Pengaruh Harga dan Inovasi Produk serta Gaya Hidup

- Terhadap Keputusan Pembelian Kain Endek di Pasar Semarang. *Jurna Manajemen*, Vol. 7, No. 1, Hal. 97-105.
- Cahya. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Seni Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Tenun Samarinda Di Samarinda. *Psikoborneo*, Vol. 6, No. 4, Hal 910-917.
- FAJARBALI. (2020, Juni 07). Terimakasih, Pergub Bali Tingkatkan Pesanan Tenun Endek. Amlapura, Bali, Indonesia. Dalam <https://fajarbali.co.id/bali-timur/karangasem/8906-terimakasih-pergub-bali-tingkatkan-pesanan-tenun-endek>. Diakses tanggal 21 Maret 2022.
- Ginting, N. dkk. (2018). Analisis Brand, Inovasi Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Songket Tenun Tarutung. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 76 - 90.
- Hair J.F., *et al.* (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiryastini, N.W. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Direct Marketing dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Endek pada Sekar Jepun Endek Kota Denpasar. *Thesis (Skripsi) UNMAS Denpasar*, 1 - 18.
- Wulandari, D.P. (2017). Pengaruh Desain Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Tenun Ikat AAM Kodok Ngorek Putra, Bandar Kidul Kediri. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*. Vol. 01 , No. 05, Hal 1-15.
- Yofhi dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen yang Dimediasi Oleh Brand Image dan Brand Trust. *Buletin Ekonomi*. hal 69-80.