
**PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAMPUNG BATIK WIRADESA,
KABUPATEN PEKALONGAN**

Made Laksmi Saraswati¹, Ari Pradhanawati² and Wahyu Hidayat³

ABSTRACT

Along with the times, the competition of UKM is getting tougher so that requires every manufacturer to be able to increase the demand for its products. Batik is a cultural heritage that is born as an art work that continues to evolve along with the times and needs to be preserved. Pekalongan batik industry has good potential and continues to grow. However, during the year of 2009-2013 sales results in Wiradesa batik industry, Pekalongan fluctuated. If this is not resolved then feared Wiradesa batik industry cannot develop so it cannot compete with other batik industry.

The purpose of this research is to recognize and explain the influence of product design, product quality, and price towards purchase decision of Kampung Batik Wiradesa, Pekalongan District. This research is explanatory research type approach uses towards towards 97 respondents with a sampling technique accidental sampling. Type of data collection of this study are using the technique of questionnaires, interviews, observation and literature methods. The analysis technique used was qualitative and quantitative. Quantitative analysis using cross-tables, test validity, reliability test, determination coefficient, correlation coefficient, a simple linear regression, multiple linear regression and test of significance (t-test and F-test) and also use the help application programs SPSS 20.0 for Windows. Results of statistical analysis known partial effect between product design towards purchase decision by 25,3%, product quality towards purchase decision by 33,8% and price towards purchase decision by 39,4%. The simultaneous influence of product design, product quality and price on purchase decision is 45,2% and 54,8% is affected by other factors.

From these results it can be concluded that the product design, product quality, and price, has influence on purchase decisions either partially or simultaneously. Based on these conclusions, then owner of the UKM need to pay attention to the things about product design development to be more varied in style, color and model, improve the quality of the products offered, as well as give the price according to the quality of the product.

Keywords : *product design, product quality, price, purchase decision*

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman, persaingan UKM semakin ketat sehingga menuntut setiap produsen untuk dapat meningkatkan permintaan terhadap produknya. Batik merupakan warisan budaya yang terlahir sebagai seni karya yang terus berkembang seiring perkembangan zaman dan perlu dilestarikan. Industri batik di Pekalongan memiliki potensi yang baik dan terus berkembang. Namun, pada kurun tahun 2009-2013 hasil penjualan di Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan mengalami fluktuasi. Apabila hal ini tidak diatasi maka dikhawatirkan Kampung Batik Wiradesa tidak dapat berkembang sehingga tidak dapat bersaing dengan industri batik lainnya.

¹Made Laksmi Saraswati, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, dindasaraswati56@yahoo.co.id

²Dr. Ari Pradhanawati, MS., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Drs. Wahyu Hidayat, M. Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan tipe *explanatory research* terhadap 97 responden dengan teknik *accidental sampling*. Tipe pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, observasi dan studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan tabulasi silang, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, serta uji signifikansi (uji t dan uji F) dan juga menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 20.0 for Windows.

Hasil analisis statistik diketahui pengaruh secara parsial antara desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 25,3%, kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 33,8% dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 39,4%. Pengaruh secara simultan antara desain produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 45,2% sedangkan 54,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa desain produk, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka saran yang diberikan untuk pemilik UKM adalah memperhatikan hal-hal mengenai pengembangan desain produk agar lebih bervariasi corak, warna dan modelnya, meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan, serta memberikan harga yang sesuai dengan kualitas dari produk.

Kata kunci : desain produk, kualitas produk, harga, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) sering digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia karena sebagian jumlah penduduk hidup dalam kegiatan usaha kecil. Peran UKM dalam pembangunan ekonomi antara lain adalah penyerapan tenaga kerja. UKM mampu menyerap tenaga kerja khususnya tenaga kerja informal karena karakteristik pekerjaan pada sektor UKM tidak membutuhkan syarat formal seperti halnya perusahaan besar. Selain itu UKM juga mampu meningkatkan ekonomi lokal melalui transaksi antar daerah dengan komoditas lokal. UKM merupakan suatu unit usaha berskala kecil yang mampu menyediakan alternatif kegiatan usaha produktif, alternatif penyaluran kredit, maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja.

Peranan Usaha Kecil Menengah dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan tersebut adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memberdayakan usaha kecil. Hal ini sebagaimana yang terungkap dalam peraturan pemerintah tersebut: "bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh, usaha kecil perlu diberdayakan agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang dan menjadi usaha menengah. Salah satu kerajinan asli Indonesia yang perlu dikembangkan adalah batik.

Batik merupakan warisan budaya dari nenek moyang sejak zaman dahulu yang terlahir sebagai seni karya yang mempunyai filosofi terhadap makna kehidupan. Batik merupakan warisan Indonesia yang sangat perlu dilestarikan karena batik merupakan tekstil khas Indonesia yang memiliki motif yang memiliki nilai seni yang tinggi. Pada tanggal 2 Oktober 2009 organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa atau *Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO) menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia. Penetapan kain tradisional batik sebagai warisan budaya dunia dari Indonesia antara lain dengan menimbang batik sebagai kerajinan tradisional turun-temurun dari Indonesia yang kaya akan nilai budaya. Adanya pengakuan batik Indonesia dari UNESCO sebagai warisan dunia tersebut

menjadi nilai tambah bagi pengembangan batik di Indonesia. Disisi lain, Indonesia harus menghadapi persaingan produk batik dari Cina setelah pemberlakuan perdagangan bebas antara antara ASEAN dan Cina atau *Asean China Free Trade Area (ACFTA)* sejak tanggal 1 Januari 2010.

Pemberlakuan perdagangan bebas menuntut produksi batik Indonesia harus bersaing dengan produk batik dari negara lain terutama dari Cina dengan harga yang jauh lebih murah, karena mereka menggunakan teknologi tinggi dalam memproduksi batik dan pembebasan bea masuk. Dari sisi teknologi industri batik dalam negeri umumnya belum melakukan perbaikan sistem dan teknik produksi agar lebih produktif dan efisien serta mutunya dapat sama untuk setiap lembar kain batik.

Pekalongan dikenal sebagai sentra batik yang mempunyai potensi dalam industri batik dan telah berkembang pesat. Pekalongan memiliki banyak potensi Usaha Kecil Menengah yang bisa dikembangkan dengan maksimal. Corak dan warna yang khas dari produk batik telah menjadikan kerajinan batik Pekalongan semakin dikenal. Bagi pecinta batik, Pekalongan merupakan tempat untuk mencari batik dan aksesorisnya, karena terdapat pasar batik, butik serta grosir batik, baik batik tulis maupun batik cap dengan harga yang bervariasi. UKM Batik memberikan sumbangan yang besar terhadap kemajuan perekonomian di Pekalongan.

Data penjualan batik pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan selama 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Kampung Batik Wiradesa

TAHUN	JUMLAH UNIT USAHA	JUMLAH TENAGA KERJA	PENJUALAN			TARGET (Rp000)
			BANYAKNYA (meter)	NILAI (Rp000)	Perkembangan (%)	
2009	40	1256	342.000	34.200.000	-	35.910.000
2010	40	1256	339.100	33.910.000	-0,84	36.540.000
2011	40	1249	336.700	33.670.000	-0,71	37.065.000
2012	40	1249	338.800	33.880.000	0,62	37.685.000
2013	40	1245	336.500	33,650,000	-0,68	38.240.000

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pekalongan, 2014

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa penjualan batik mengalami fluktuasi. Pada tahun 2010 dan 2011 penjualan batik di Kampung Batik Wiradesa mengalami penurunan sebesar 0,84% dan 0,71%, di tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 0,62% tetapi mengalami penurunan lagi pada tahun 2013 sebesar 0,68%. Apabila realisasi nilai penjualan dibandingkan dengan target penjualan, pada tahun 2009 – 2013 realisasi penjualan selalu dibawah target penjualan atau dengan kata lain belum dapat mencapai target.

Peningkatan atau penurunan penjualan dapat disebabkan beberapa faktor, antara lain adalah pesaing dan konsumen. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk mendapatkan konsumen dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup

perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008 : 154).

Kampung Batik Wiradesa harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dalam kaitannya menghadapi pesaing yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada konsumen. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan pintar dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan terkadang konsumen tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah hal yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perencanaan kebijakan produk dan kebijakan harga yang akan ditetapkan perusahaan.

Desain produk merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih batik karena desain dari suatu produk akan mempengaruhi penampilan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler bahwa desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen (Kotler, 2005 : 332).

Dalam membeli batik, konsumen akan mempertimbangkan model, warna dan corak batik. Kotler & Armstrong mengatakan bahwa "kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing" (Kotler & Armstrong, 2008 : 166). Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen akan membeli batik atau tidak. Konsumen akan mempertimbangkan bahan dari produk batik baik dari ketahanan ataupun kenyamanan kainnya. Apabila kualitas produk sesuai dengan harapan maka konsumen akan melakukan pembelian.

Harga merupakan salah satu atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya persaingan harga dari berbagai merek yang tersedia di pasar, sehingga konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi (Tjiptono, 2008:152). Peranan alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para konsumen untuk memutuskan cara mengalokasikan kekuatan membelinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki. Peranan informasi dari harga adalah fungsi harga dalam "mendidik" konsumen mengenai faktor produk, misalnya kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi (Tjiptono, 2008 : 153). Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **"PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KAMPUNG BATIK WIRADESA, KABUPATEN PEKALONGAN"**.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan?

3. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan?

KAJIAN TEORI

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri, 2002 :141). Kotler mengatakan yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah “suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian” (Kotler, 2005:251-252).

Desain Produk

Kotler mengatakan “desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen” (Kotler, 2005 : 332). Produk hasil desain produk kerajinan umumnya lebih menitikberatkan pada nilai-nilai keunikan (*uniqueness*), estetika (keindahan), seni (*art*), adiluhung, berharkat tinggi, khusus, khas, dan kehalusan rasa sebagai unsur dasar. Sementara dalam pemenuhan fungsinya lebih menekankan pada pemenuhan fungsi pakai yang lebih bersifat fisik (fisiologis), misalnya: benda-benda pakai, perhiasan, furnitur, atau pun sandang (Palgunadi, 2007 :32).

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan produk (Selnes, 1993:21). Menurut Stevenson, dimensi kualitas produk adalah *performance* (aspek fungsional suatu barang), *aesthetics* (karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai estetika), *special features* (aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar), *conformance* (tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan), *reliability* (probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinyadalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu pula), *durability* (refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan barang), *perceived quality* (berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas), dan *service ability* atau pelayanan purna jual (Stevenson, 2005 : 386).

Harga

Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha, 2001 : 63). Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen. Harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi tiap konsumen, tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk (Mowen dan Minor, 2002 : 89).

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2010: 84). Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

- a. Ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk (X_1) terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan (Y).
- b. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan (Y).
- c. Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_3) terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan (Y).
- d. Ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan (Y).

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian *explanatory research*. *Explanatory research* ini ditujukan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian (Sugiyono, 2010:7). Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji rumusan hipotesis untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh variabel desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan unit analisis individu, dalam hal ini unit analisisnya adalah konsumen Kampung Batik Wiradesa. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kampung Batik Wiradesa, karena populasi tidak diketahui jumlahnya maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat di gunakan rumus menurut Rao Purba nilai kelonggaran 10% sehingga didapat sampel sebesar 97. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* yaitu *accidental sampling* dimana untuk memperoleh data peneliti menemui subyek yaitu orang-orang yang secara kebetulan dijumpai pada saat membeli dan peneliti sedang melakukan penelitian.. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, dokumentasi atau studi pustaka, kuesioner, dan observasi. Keseluruhan data yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Metode penelitian menggunakan tabel frekuensi, tabel silang, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda dan uji signifikansi (uji t dan uji F) dengan bantuan program SPSS For Windows versi 20.0. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.2 Hasil Penelitian

No	Uji Hipotesis	Hasil				Keterangan Hipotesis
		Korelasi	Determinasi	t Hitung	F Hitung	
1	Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	0,503	25,3%	5,674	-	Ha diterima
2	Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	0,582	33,8%	6,968	-	Ha diterima
3	Harga terhadap Keputusan Pembelian	0,628	39,4%	-7,855	-	Ho diterima
4	Desain Produk, Kualitas	0,672	45,2%	-	25,562	Ha diterima

Produk, dan Harga
terhadap Keputusan
Pembelian

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa hasil pengujian uji t variabel desain produk dan kualitas produk menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel (1,6611). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil uji t variabel harga menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh positif atau harga memiliki pengaruh negative terhadap keputusan pembelian karena t hitung $<$ t tabel (1,6611).

Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung (25,562) $>$ F tabel (3,9434). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel desain produk, kualitas produk, dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Desain produk dan kualitas produk mempunyai hubungan yang sedang atau cukup kuat terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien korelasi masing-masing sebesar 0,503 dan 0,582. Harga terhadap keputusan pembelian memiliki nilai korelasi sebesar 0,628 yang artinya hubungan harga dengan keputusan pembelian adalah kuat. Variabel desain produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 25,3% , kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 33,8% dan harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 39,4%.

Terdapat hubungan yang kuat antara variabel desain produk, kualitas produk, dan harga dengan keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,672. Secara keseluruhan variabel desain produk, kualitas produk, dan harga berkontribusi sebesar 45,2% dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan upaya pengembangan atau inovasi desain produk menjadi lebih bervariasi, modern dan mengikuti perkembangan zaman, hal tersebut dapat menarik minat konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap produk Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa suatu usaha yang mampu meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan akan dinilai baik oleh konsumen dan memberikan rasa puas karena telah memenuhi harapan konsumen akan suatu produk.
3. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan antara terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya harga maka keputusan pembelian akan turun dan sebaliknya apabila harga turun maka keputusan pembelian akan meningkat. Keinginan konsumen pada dasarnya adalah mendapat produk yang bagus baik dari segi penampilan ataupun kualitas dengan harga yang murah atau terjangkau. Apabila pengrajin dapat memberikan harga yang sesuai dengan kepuasan yang diperoleh konsumen, maka hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk, kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Apabila pengrajin mampu mengembangkan desain produk nya menjadi lebih menarik, meningkatkan kualitas produk menjadi lebih baik, dan memberikan harga yang sesuai dengan apa yang didapatkan konsumen, maka hal tersebut akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian terhadap produk Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Pengrajin Kampung Batik Wiradesa perlu melakukan pengembangan desain produk, salah satunya dapat dilakukan dengan menambah alat cap sehingga corak atau motif batik yang dapat dihasilkan lebih banyak dan bervariasi tetapi masih tetap dengan mempertahankan ciri khas corak atau motif batik Pekalongan. Selain itu juga dengan menggunakan warna yang lebih beragam dalam pembuatan batik, hal ini bertujuan agar konsumen tidak merasa warna produk Kampung Batik Wiradesa monoton. Untuk produk jadi, pengrajin diharapkan selalu *update* atau mengikuti tren model pakaian yang sedang digemari konsumen, dengan melakukan hal tersebut diharapkan model pakaian batik yang diproduksi dapat lebih menarik minat konsumen akan produk di Kampung Batik Wiradesa.
2. Produk batik di Kampung Batik Wiradesa di produksi secara manual, sehingga kualitas produk batik tergantung dari keahlian tenaga kerja produksinya, maka untuk dapat meningkatkan kualitas produk harus meningkatkan kemampuan dari tenaga kerja. Meningkatkan kemampuan tenaga kerja salah satunya dapat dilakukan dengan pemberian pelatihan kepada tenaga kerja agar lebih terampil. Dengan mempekerjakan tenaga kerja yang terampil dan memiliki keahlian yang baik dalam produksi batik akan membantu dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Disamping itu, pengrajin juga dapat bekerjasama dengan pemasok yang bahan bakunya bagus agar kualitas dari kain batik tetap bagus dan nyaman dipakai oleh konsumen.
3. Dalam melakukan penetapan harga, pengrajin diharapkan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk. Apabila harga yang ditawarkan cukup tinggi maka hal ini harus disertai dengan kualitas yang baik dari produk. Selain itu, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk apabila harganya murah, maka pengrajin sebaiknya dapat menekan biaya produksi. Menekan biaya produksi dapat dilakukan dengan beberapa cara, yang pertama menekan biaya bahan baku caranya dengan menggunakan seefisien mungkin bahan baku yang ada sehingga meminimalkan bahan yang terbuang, selain itu pengrajin dapat melakukan pembelian bahan baku dalam partai besar sehingga harganya lebih murah. Cara untuk menekan biaya produksi yang lainnya adalah dengan membeli dan menggunakan peralatan yang dengan sesuai prosedur agar peralatan tersebut memiliki usia pakai seperti yang telah direncanakan pengrajin. Apabila peralatan yang dibeli kualitasnya tidak baik dan penggunaannya dengan cara tidak semestinya akan menimbulkan biaya tambahan untuk perawatan atau membeli alat yang baru. Dengan menekan biaya produksi diharapkan harga produk menjadi lebih murah sehingga dapat bersaing dengan UKM batik lainnya dan menarik konsumen untuk melakukan pembelian di Kampung Batik Wiradesa.
4. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, maka beberapa hal yang perlu diperhatikan pengrajin adalah desain produk, kualitas produk, dan harga karena dari hasil penelitian ini faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian oleh konsumen.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Assauri, Sofyan. 2002. **Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar dan Strategi Cetakan Kelima**. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Feigenbaum, A.V. 2000. **Kendali Mutu Terpadu, Jilid , Edisi Ketiga**. Jakarta : Erlangga
- Ghozali, Imam. 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang : Badan Penerbit Undip
- Hasan, Iqbal. 2002. **Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya**. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kotler, Phillip. 2005. **Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol Edisi Kesebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh**. Jakarta : PT. Prenhallindo
- _____, dan Amstrong, G. 2001. **Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2. Alih Bahasa, Benyamin Molan**. Jakarta : PT. Prenhallindo
- _____, dan Amstrong, G. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi kedelapan. Alih Bahasa, Benyamin Molan**. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Moore, G.F. dan Hendrick, E. 1989. **Manajemen Produksi dan Operasi**. Bandung : Remaja Karya
- Mowen, John,C., dan Minor, M. 2002. **Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima**. Jakarta : Erlangga
- Prasetyo, Ristiyanti dan John J.O.I. 2006. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Stanton, William J. 1991. **Prinsip Pemasaran**. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2010. **Metodologi Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. 2000. **Teknik Sampling: untuk Survei dan Eksperimen**. Jakarta: Rineka Cipta
- _____, dan Nandan Limakrisna. 2011. **Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran**. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Swasta, Basu dan T Hani Handoko. 2000. **Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, Fandy. 2000. **Prinsip dan Dinamika Pemasaran Edisi Pertama**. Yogyakarta: J & J Learning
- _____. 2008. **Strategi Pemasaran, Edisi Pertama**. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Universitas Diponegoro
Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 76480648

Email: administrasi.bisnis@undip.ac.id

Non Buku

Lindawati. 2005. **“Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Konsumen, dan Asosiasi Merek dalam Ekstensi Merek Pada Produk Merek LIFEBUOY di Surabaya”**, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol.IV, No.1, p.47-70.

Peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil

Selnes, Fred. 1993. **“An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty,”** European Journal of Marketing 27 (9), 19-35

Undang-undang Nomor : 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil Menengah