

## **Pengaruh Desain Poduk Terhadap Tingkat Penjualan**

**Windarini Cahyadiana<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>Manajemen Informatika, Sekolah Tinggi Informatika Dan Komputer Indonesia Malang  
windarini@stiki.ac.id

### **ABSTRAK**

Seiring perkembangan jaman dan perkembangan tingkat pendidikan manusia, maka semakin meningkat pula harapan seseorang terhadap nilai sebuah produk. Konsumen semakin selektif dan memiliki harapan besar terhadap produk yang akan dipakai atau dibelinya. Sehingga, setiap pemilik produk saling bersaing dan berlomba untuk memenuhi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan oleh para pemilik modal adalah dengan mendesain produk mereka semenarik, seunik, dan sekreatif mungkin. Sebuah produk yang memiliki desain yang unik, menarik, dan memiliki daya tarik akan membuat produk tersebut memiliki nilai jual lebih, dibanding produk sejenis lainnya. Jika sebuah produk mampu membuat konsumen melakukan tindakan pembelian, maka produk tersebut dapat dikatakan mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, serta mampu mendukung pencapaian tujuan pemilik produk, yaitu mencapai tingkat penjualan yang tinggi guna mencapai maksimal profit. Itulah sebabnya para pemilik produk berupaya semaksimal mungkin mengerahkan seluruh kemampuan dan kreatifitasnya guna menampilan produk dengan desain yang sangat unik, menarik, serta memiliki keunggulan dan daya saing, agar produk mereka mampu memiliki tempat dihati konsumen. Desain produk yang mampu memikat hati konsumen dan memiliki nilai jual adalah desain produk yang *Playability, Simplicity, dan Practiced Skill*.

**Kata Kunci;***Playability, Simplicity, dan Practiced Skill*

### **ABSTRACT**

*As the times and the development of human education level, then increasing as well one's expectations of the value of a product. Consumers are increasingly selective and have great expectations for the product to be used or bought. Thus, every owner of competing products and competing to meet expectations, desires and needs of consumers. One of the strategies undertaken by the owners of capital are to design their products as attractive, as unique and creative as possible. A product that has a unique design, attractive, and has an appeal to make the product more commercial value, compared to other similar products. If a product is able to make consumers act of purchase, the product can be said to be able to meet the needs, wants and expectations of consumers, and able to support the achievement of the owner of the product, which reached a high level of sales in order to achieve maximum profit. That is why the owners of the products do everything possible to mobilize all the ability and creativity to menampilan product with a very unique design, attractive, and has advantages and competitiveness, so that the products they are able to have a place in the hearts of consumers. Design products that can captivate consumers and has a sale value is a product design that *Playability, Simplicity, and Practiced Skill* as well as the advantages and competitiveness, so that the products they are able to have a place in the hearts of consumers. Design products that can captivate consumers and has a sale value is a product design that *Playability, Simplicity, and Practiced Skill* as well as the advantages and competitiveness, so that the products they are able to have a place in the hearts of consumers. Design products that can captivate consumers and has a sale value is a product design that *Playability, Simplicity, and Practiced Skill*,*

**Keywords;** *Playability, Simplicity, and Practiced Skill*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan yang sangat pesat di dunia usaha, menuntut para badan usaha, baik perorangan maupun kelompok, selaku pemilik produk untuk terus berkembang dan

berinovasi agar tetap bertahan dan bahkan mampu bersaing. Salah satu daya tarik sebuah produk adalah desainnya, sehingga dengan semakin tajamnya persaingan, para badan usaha selaku pemilik produk berusaha menggunakan seluruh energi dan kreatifitas yang dimilikinya untuk membuat desain produknya sangat menarik, sehingga dilirik dan mendapat perhatian dari para konsumen.

Sebuah produk, dikatakan memiliki kualitas unggul, jika mampu memenangkan persaingan dan mampu memberikan kepuasan yang tinggi kepada konsumen. Saat ini, konsumen selalu memiliki harapan yang sangat besar terhadap sebuah produk yang mereka beli atau gunakan, baik produk tersebut berupa barang maupun jasa. Sehingga, pemilik produk dituntut menciptakan produk dengan kualitas unggul, agar mampu memberikan kepuasan dan menumbuhkan loyalitas konsumen.

Desain suatu produk, mampu menjadi salah satu faktor penting dalam meraih simpati dan perhatian konsumen. menurut Kotler dan Armstrong (2001), desain dapat menjadi ciri khas suatu produk, karena desain tersebut yang akan membedakannya dengan produk-produk sejenis dari merek yang lain.

Sebelum melihat dan merasakan manfaat sebuah produk, biasanya pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, ditentukan oleh keunikan dan keindahan sebuah produk, sehingga, tingkat penjualan yang tinggi dari sebuah produk, salah satunya dipengaruhi oleh desain produk yang mampu memikat konsumen, sehingga konsumen akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Sebuah desain, mampu memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Semakin unik dan menarik desain sebuah produk, akan semakin memunculkan daya tarik konsumen. oleh sebab itu, para pemilik produk dituntut untuk terus berusaha menggunakan kreatifitasnya yang dimilikinya semaksimal, agar tercipta sebuah desain produk yang mampu memikat hati konsumen, yang pada akhirnya memunculkan keputusan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

Semakin kreatif dan unik desain sebuah produk, akan semakin membuat produk tersebut memiliki daya tarik tersendiri di hati konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk terhadap tingkat penjualan sebuah produk, sehingga peneliti mengambil judul Pengaruh Desain Produk Terhadap Tingkat Penjualan.

Penelitian mengambil lokasi wilayah Malang kota, karena berdasarkan data statistik, wilayah Malang kota memiliki cukup besar penduduk yang melakukan aktifitas bisnis, baik bisnis yang berskala kecil maupun berskala menengah.

Sehingga, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan responden individu yang bergerak di bidang *Home Industry* (Industri Rumah Tangga) yang ada di Malang kota.

Dalam penelitian terdapat :

1. Variabel bebas ( X ), terdiri dari :

- Desain Produk yang *Playability* (X1.1)
- Desain Produk *Simplicity* (X1.2)
- Desain Produk *Practiced Skill* (X1.3)

2. Variabel Terikat ( Y ) berupa Tingkat Penjualan.

Dengan menggunakan skala Likert, responden diminta memberikan 4 (empat) respon pilihan jawaban, yang memiliki skor 1 – 4, yaitu :

- Sangat Setuju = 4
- Setuju = 3
- Tidak Setuju = 2

- Sangat Tidak Setuju = 1

Dalam penelitian ini, peneliti menghimpun data berupa :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan masalah penelitian yang akan diteliti.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, melalui wawancara. Data yang diperoleh berdasarkan jawaban responden, dianalisis menggunakan "Skala Interval".

Penentuan interval, sebagai berikut:

=  $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Peringkat}}$

=  $\frac{4 - 1}{4} = 0,75$

=  $\frac{4 - 1}{4} = 0,75$

Sehingga diperoleh interval skor, sebagai berikut:

**Tabel 1.** Interval Skor

Interval Skor	Kriteria
3,26 – 4,00	Sangat Setuju
2,51 – 3,25	Setuju
1,76 – 2,50	Tidak Setuju
1 – 1,75	Sangat Tidak Setuju

## PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data primer, diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 2.** Jawaban Responden Terhadap Desain Produk Yang *Playability* (X1.1)

Kriteria	Interval Skor	Jumlah Responden	%
Sangat Setuju	3,26 – 4,00	25	83
Setuju	2,51 – 3,25	5	17
Tidak Setuju	1,76 – 2,50		
Sangat Tidak Setuju	1 – 1,75		
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

**Tabel 3.** Jawaban responden terhadap Desain Produk yang *simplicity*(X1.2)

Kriteria	Interval Skor	Jumlah Responden	%
Sangat Setuju	3,26 – 4,00	26	87
Setuju	2,51 – 3,25	4	13
Tidak Setuju	1,76 – 2,50		
Sangat Tidak Setuju	1 – 1,75		
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

**Tabel 4.** Jawaban responden terhadap Desain Produk yg *practice skill*(X1.3)

Kriteria	Interval Skor	Jumlah Responden	%
Sangat Setuju	3,26 – 4,00	29	97
Setuju	2,51 – 3,25	1	3
Tidak Setuju	1,76 – 2,50		
Sangat Tidak Setuju	1 – 1,75		
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

**Tabel 5.** Jawaban Responden Terhadap Tingkat Penjualan ( Y )

Kriteria	Interval Skor	Jumlah Responden	%
Sangat Setuju	3,26 – 4,00	23	77
Setuju	2,51 – 3,25	7	23
Tidak Setuju	1,76 – 2,50	0	0
Sangat Tidak Setuju	1 – 1,75	0	0
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2005), item yang memiliki korelasi positif, dengan skor total korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item memiliki validitas yang tinggi pula. Jika korelasi antar item dengan skor total  $> 0,3$  maka instrumen dikatakan “Valid” dan jika skor total  $< 0,3$  maka instrumen kuesioner dikatakan “Tidak Valid”

Dari hasil output SPSS, diperoleh tabel :

**Tabel 6.** Correlations

		Desain produk			Total x
		yang <i>playability</i>	Desain produk yang <i>simplicity</i>	Desain produk yang <i>practiced skill</i>	
Desain produk yang <i>playability</i>	Pearson	1	,646**	,185	<b>,850**</b>
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		,000	,328	,000
	N	30	30	30	30
Desain produk yang <i>simplicity</i>	Pearson	,646**	1	,189	<b>,832**</b>
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000		,317	,000
	N	30	30	30	30
Desain produk yang <i>practiced skill</i>	Pearson	,185	,189	1	<b>,557**</b>
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,328	,317		,001
	N	30	30	30	30
Total x	Pearson	,850**	,832**	,557**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan *output SPSS*, diketahui bahwa Desain Produk yang *Playability* (X1.1), Desain Produk yang *Simplicity* (X1.2), dan Desain Produk *Practice Skill* (X1.3) memiliki koefisien lebih besar dari 0,3 ; sehingga dapat dikatakan, semua instrumen yang digunakan dalam angket adalah “Valid”

### Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (1998), metode Alpha-Cronbach menunjukkan bahwa instrumen dikatakan handal (reliabel), jika memiliki koefisien reliabilitas atau  $\alpha$  sebesar  $\geq 0,6$ .

**Tabel 7.** Tingkat keandalan *Alpha-Cronbach*

No	Interval	Kriteria
1	< 0,20	Kurang Handal
2	0,20 – 0,39	Agak Handal
3	0,40 – 0,59	Cukup Handal
4	0,60 – 0,79	Handal
5	0,80 – 1,00	Sangat Handal

Sumber : Hair *et al.* (2010 : 125)

### Hasil Pengujian Reliabilitas

**Tabel 8.** *Reliability Statistics*

Cronbach's Alpha	N of Items
,623	3

**Tabel 9.** *Item-Total Statistics*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Desain produk yang <i>playability</i>	7,2833	,219	,559	,315
Desain produk yang <i>simplicity</i>	7,3167	,250	,577	,304
Desain produk yang <i>practiced skill</i>	7,2000	,390	,206	,782

Berdasarkan *output SPSS*, diketahui pada tabel 5.10 diketahui *Cronbach's Alpha* sebesar 0,623. Sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan “Handal”

**Tabel 10.** *Model Summary*

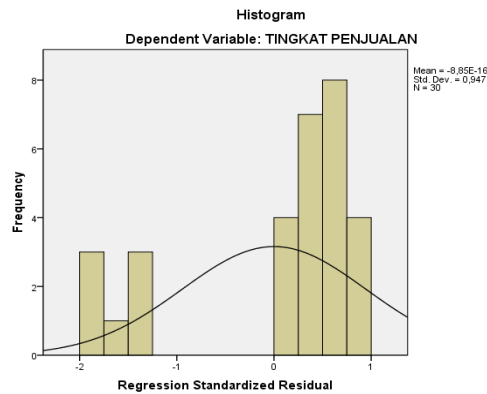
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimensio 1 n0	,209 <sup>a</sup>	,044	-,066	,44425

a. Predictors: (Constant), Desain Produk yang *Practiced Skill*, Desain Produk yang *Playability*, Desain Produk Yang *Simplicity*

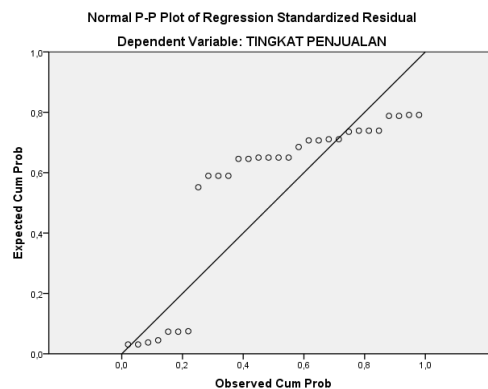
Berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel 5.11 ; diketahui nilai R sebesar 0,209 menunjukkan bahwa, variabel Desain yang *Playability* (X1.1), Desain Produk yang *Simplicity* (X1.2), dan Desain Produk yang *Practiced Skill* (X1.3), memiliki hubungan yang cukup kuat dengan Tingkat Penjualan (Y).

**Uji Asumsi Klasik**  
**Asumsi Normalitas**

Dari hasil *output* SPSS, diperoleh Histogram dan Grafik Probabilitas, sebagai berikut :



**Gambar 1.** Histogram Kurva Normal



**Gambar 2.** Grafik Probabilitas Titik-Titik Residu

Berdasarkan Histogram kurva normal cenderung membentuk pola yang simetris, dan pada Grafik Probabilitas titik-titik residual cenderung menyebar diantara garis diagonal, sehingga, dapat dikatakan **berdistribusi Normal**.

**Uji Multikolinieritas**

**Tabel 11.** Hasil Uji Multikolinieritas menggunakan SPSS

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,235	3	,078	,397	,756 <sup>a</sup>
	Residual	5,131	26	,197		
	Total	5,367	29			

A. Predictors: (*Constant*), desain produk yang *practiced skill*, desain produk yang *playability*, desain produk yang *simplicity*

B. Dependent variable: tingkat penjualan

**Tabel 12. Coefficients<sup>a</sup>**

Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics				
				Tolerance	VIF			
B	Std. Error	Beta						
(constant)		5,117	1,323		3,867	,001		
Desain produk yang <i>playability</i>		-,151	,298	-,128	-,507	,616	,579	1,728
Desain produk yang <i>simplicity</i>		,010	,335	,008	,030	,976	,578	1,731
Desain produk yang <i>practiced skill</i>		-,227	,299	-,149	-,758	,455	,957	1,044

a. Dependent Variable: TINGKAT PENJUALAN

Dari hasil *output* SPSS diketahui variabel bebas, yaitu Desain Produk yang *Playability* (X1.1.), Desain Produk yang *Simplicity* (X1.2), dan Desain Produk yang *Practiced Skill* (X1.3) memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10, dan Nilai Tolerance > 0,1 sehingga dapat dikatakan **Tidak terjadi Multikolinieritas**.

### Analisis Statistika Inferensial

#### Pengujian H1

Berdasarkan tabel 5.13 (Coefficients<sup>a</sup>) diketahui Probalitas (Sig) pada Konstanta 0,001; Desain Produk yang *playability* 0,616 ; Desain Produk yang *simplicity* 0,976 ; dan Desain Produk yang *practiced skill* 0,455. Berarti, dengan tingkat kepercayaan 95 % dan tingkat kesalahan (alpha) 5 %, maka probabilitas (Sig) pada variabel bebas lebih besar dari alpha.

Diketahui juga, nilai t pada Konstanta 3,867; *playability* -0,507 ; *simplicity* 0,030 ; dan *practiced SKILL* -0,758. Berarti t hitung pada variabel bebas **lebih kecil** dari t tabel (2,0555).

Jadi, secara parsial, variabel Desain produk yang *Playability*, *Simplicity*, dan *Practiced Skill* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Penjualan.

#### Pengujian H2

Berdasarkan tabel 5.12 (ANOVA<sup>b</sup>) diketahui Probalitas (Sig) 0,756. Berarti, dengan tingkat kepercayaan 95 % dan tingkat kesalahan (alpha) 5 %, maka probabilitas (Sig) pada variabel bebas lebih besar dari 0,05.

Diketahui juga nilai F=0,397; berarti F hitung (0,397) < F tabel (2,975). Jadi secara simultan, variabel Desain produk yang *Playability*, *Simplicity*, dan *Practiced Skill* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Tingkat Penjualan.

#### Pengujian H3

Berdasarkan tabel **Coefficients<sup>a</sup>**, variabel desain produk yang *simplicity* memiliki beta tertinggi, jika dibanding dengan variabel bebas lainnya, yaitu sebesar : 0,010. Sehingga

Desain Produk yang *Simplicity*, berpengaruh paling dominan dalam mendukung Tingkat Penjualan.

### KESIMPULAN

Desain produk merupakan komponen yang sangat penting bagi sebuah produk. Dengan desain yang unik dan menarik, sebuah produk akan memiliki nilai jual yang tinggi.

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah diuraikan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- Desain produk yang *playability*, berpengaruh negatif terhadap Tingkat Penjualan, sehingga Desain produk yang *playability*, tidak selalu berdampak pada kenaikan Tingkat Penjualan.
- Desain produk yang *practiced skill*, berpengaruh negatif terhadap Tingkat Penjualan, sehingga Desain produk yang *practiced skill* tidak selalu berdampak pada kenaikan Tingkat Penjualan.
- Desain produk yang *simplicity*, berpengaruh positif terhadap Tingkat Penjualan, sehingga Desain produk yang *simplicity*, berdampak terhadap kenaikan Tingkat Penjualan.
- Desain produk yang *simplicity*, memiliki nilai paling tinggi jika dibanding dengan nilai Desain Produk yang *playability* dan *practiced skill*, artinya desain produk yang sederhana, namun bisa di-eksplere seluas dan semaksimal mungkin, akan menimbulkan daya tarik konsumen, sehingga menciptakan keputusan pembelian, dan berdampak pada kenaikan tingkat penjualan.

### DAFTAR PUSTAKA

Albertus Agastya M. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs di Kota Bandung.

Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga

Made Laksmi Saraswati<sup>1</sup>, Ari Pradhanawati, Wahyu Hidayat. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.

Mahmud, Eko Agus Alfianto. Pengaruh Desain Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Merek NEW V-IXION FI (Full Injection)

Padmantlyo, Sri, Eko Purnomo. Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Batik (Studi Pada Industri Batik di Kabupaten Sragen)