

Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Defitex.Id (Survei Pada Konsumen Mukena Travel Defitex.Id)

Muhamad Rafli Nauval¹⁾; Arga Sutrisna²⁾; Titin Patimah³⁾

¹⁾ Study Program Of management, Faculty Of Economic and Business, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

^{2,3)} Study Program Of management, Faculty Of Economic and Business, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: ¹⁾ raflim754@gmail.com; ²⁾ argasutrisna@unper.ac.id; ³⁾ titinpatimah@unper.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [17 August 2024]

Revised [18 Sept 2024]

Accepted [11 Oct 2024]

KEYWORDS

Purchasing Decisions,
Innovation, Product Quality

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen mukena travel defitex.id. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Objek penelitian ini adalah kualitas produk, inovasi dan keputusan pembelian pada konsumen mukena travel defitex.id. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis linier bergandengan uji hipotesis berupa uji F dan uji t. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen mukena travel defitex.id. Secara parsial kualitas produk dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze the influence of product quality and innovation on purchasing decisions among mukena travel defitex.id consumers. The research method used in this research is a quantitative method with a survey approach, while the types of data used in this research are primary data and secondary data. The object of this research is product quality, innovation and purchasing decisions among mukena travel defitex.id consumers. The data analysis technique used is multiple linear analysis and hypothesis testing in the form of the F test and t test. The results of this test prove that product quality and innovation simultaneously have a significant influence on purchasing decisions for mukena travel defitex.id consumers. Partially, product quality and innovation have a significant effect on purchasing decisions.

PENDAHULUAN

Mukena adalah produk budaya khas Indonesia yang merupakan perpaduan dari budaya tradisional Jawa, dengan masuknya Islam ke Indonesia, yang awalnya sebelum kedatangan Islam, kaum perempuan di Indonesia khususnya di tanah Jawa hanya memakai busana yang berpakaian panjang Jawa (jarik batik) tanpa di jahit dan di kemben yang dililit.

Sehingga sebagian anggota tubuh mereka terlihat. Hal itu selaras dengan kegiatan perempuan Jawa yang hidupnya di sawah dan di ladang bekerja membantu suami mereka. Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya penganut agama Islam. Busana untuk menutup aurat sangat diminati oleh masyarakat Indonesia terutama untuk beribadah, orang Islam dalam beribadah diwajibkan untuk menutup aurat dan bersih dari noda dan najis. Untuk shalat wanita muslimah harus menutup seluruh anggota badan kecuali wajah dan telapak tangan.

Pakaian untuk sholat di Indonesia dikenal dengan mukena. Defitex.Id merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang pembuatan mukena travel. Persaingan di bidang ini semakin ketat karena banyaknya usaha mukena, khususnya mukena travel yang hadir di Kota Tasikmalaya.

Hal ini disebabkan oleh banyaknya pilihan mukena dengan model terkini dan harga yang sesuai dengan kualitas produknya. Menurut Sugiyono (2019:215) menyatakan bahwa keputusan pembelian mukena travel dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti kebutuhan, keinginan, motif, persepsi, sikap, kepribadian dan gaya hidup konsumen merupakan faktor yang paling penting.

Faktor eksternal seperti kualitas produk, harga, merek, desain, promosi, tempat pembelian, pengaruh keluarga dan teman, kelompok referensi dan budaya juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pemahaman yang menyeluruh tentang faktor-faktor internal dan eksternal ini dapat membantu penjual untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan penjualan mukena travel mereka. Adapun data penjualan mukena travel defitex.id:

Tabel 1 Data Penjualan Mukena Travel Defitex.Id Bulan Januari-Desember 2023

No	Bulan	Total Penjualan
1.	Januari	3.100
2.	Februari	4.910
3.	Maret	5.220
4.	April	5.780
5.	Mei	2.930
6.	Juni	3.200
7.	Juli	3.110
8.	Agustus	3.960
9.	September	3.720
10.	Oktober	3.870
11.	November	3.880
12.	Desember	3.010
		46.690

(Sumber: Defitex.Id 2024)

Dilihat dari Tabel Target penjualan mukena travel defitex.id sebesar 3.000 pcs/bulan. Total penjualan selama 12 bulan adalah 46.690. Bulan dengan penjualan tertinggi adalah bulan April dengan total 5.780. Bulan dengan penjualan terendah adalah bulan Mei dengan total 2.930. Penjualan mengalami fluktuasi yang cukup signifikan sepanjang tahun. Penjualan di awal tahun (Januari - Maret) dan akhir tahun (November - Desember) relatif stabil. Penjualan di tengah tahun (April - Oktober) mengalami kenaikan dan penurunan, pasca ramadhan biasanya penjualan mukena meningkat dibulan ramadhan dan beberapa bulan sebelumnya, setelah bulan ramadhan permintaan mukena menurun. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Defitex.Id menjelaskan bahwa kualitas produk yang dipasarkan Defitex.Id tergolong tidak konsisten. Hal ini dikarenakan ada beberapa bahan beladus (pewarna tekstil) yang digunakan memiliki kualitas yang berbeda-beda. Perbedaan kualitas ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan bahan baku, perbedaan proses pewarnaan dan perbedaan mesin pewarnaan. Perbedaan kualitas bahan beladus ini dapat mempengaruhi hasil akhir warna dan kualitas produk. Akibat dari kualitas produk yang tidak konsisten ini, Defitex.Id sering mengalami kejadian banyaknya aduan dari pelanggan kepada perusahaan.

Berdasarkan Hasil wawancara kepada pelanggan, menunjukkan kualitas produk yang ada di Defitex.Id dinilai masih kurang sempurna. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya keluhan yang disampaikan oleh pelanggan terkait dengan kualitas produk, pengiriman dan layanan pelanggan. Defitex.id perlu melakukan perbaikan di berbagai aspek tersebut agar dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Adapun data retur mukena travel defitex.id:

Tabel 2 Data Retur Mukena Travel Defitex.Id Bulan Maret-Desember 2023

TANGGAL	JENIS DAN WARNA	PCS	ALASAN RETUR
19 Februari	Mocca	6	Jaitan Mengkerut
2 Maret	Taro	4	Warna Pudar
7 Maret	Salem	1	Warna Pudar
4 April	Taro	1	Warna Pudar
11 April	Pink	2	Jaitan Mengkerut
5 Mei	Salem	3	Garis sepanjang kain
10 Mei	Turkish	1	Jaitan Mengkerut
15 Mei	Gananta	1	Bercak putih
2 Juni	Turkish	2	Garis memanjang
10 Juni	Baby Blue	1	Jaitan Mengkerut
21 Juni	Denim	1	Ada noda
25 Juli	Abu Muda	3	Garis memanjang
1 Agustus	Baby Blue	1	Jaitan Mengkerut
3 Agustus	Purple	1	Jaitan Mengkerut
21 November	Sage	2	Garis memanjang
27 November	Abu Tua	3	Garis Memanjang
21 Desember	Turkish	1	Ada noda
	Total	34	

Dilihat dari Tabel Data retur mukena travel defitex.id dari bulan Februari-Desember 2023, dapat disimpulkan bahwa terdapat 34 retur mukena dengan total 12 jenis dan warna. Jenis mukena yang paling banyak diretur adalah Mocca (6 retur), diikuti oleh Taro (4 retur), Salem (3 retur), Abu Muda (3 Retur), Abu Tua (3 retur), Pink (2 retur), Turkish (2 retur), Sage (2 retur), Salem (1 retur), Taro (1 retur), Turkish (1 retur), Gananta (1 retur), Baby Blue (1 retur), Purple (1 retur) dan Turkish (1 retur). Alasan retur yang paling banyak adalah jaitan garis sepanjang kain (13 retur), diikuti oleh jaitan mengkerut (12 retur), warna pudar (11 retur), ada noda (2 retur) dan bercak putih (1 retur). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas mukena travel defitex.id masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal garis sepanjang kain dan jaitan mengkerut. Garis sepanjang kain dapat menyebabkan mukena terlihat tidak rapi dan mengganggu penampilan, jaitan mengkerut adalah garis pada kain yang terlihat seperti lipatan permanen, biasanya terjadi karena proses produksi yang tidak sempurna. Selain faktor kualitas produk, inovasi juga merupakan faktor berpengaruh pada keputusan pembelian. Inovasi adalah suatu ide, gagasan, atau metode baru yang dapat diterapkan untuk menyelesaikan masalah atau menciptakan sesuatu yang baru. Inovasi dapat berupa produk, layanan, proses, atau model bisnis baru, Sugiyono (2019:7).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Defitex.Id, diketahui bahwa inovasi produk mukena di Defitex.Id masih tergolong monoton, desain mukena Defitex.Id masih mengikuti tren yang sudah ada di pasaran, kurangnya eksplorasi model dan motif yang lebih modern dan kekinian. Berdasarkan hasil wawancara dari pelanggan mukena travel Defitex.Id kurangnya inovasi produk mukena yang lebih variatif, kekinian dan praktis. Defitex.Id perlu melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik. Hal ini dapat membantu Defitex.Id untuk mengembangkan produk mukena yang lebih inovatif dan sesuai dengan harapan konsumen.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Sugiyono (2019:141) "Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang terkait dengan produk, yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan". Menurut Tjiptono (2019:65) mendefinisikan "Kualitas produk adalah tingkat keunggulan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen". Menurut Kotler & Keller (2022:392) menyatakan bahwa "Kualitas produk adalah tingkat keunggulan suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan". Dari beberapa pengertian Kualitas Produk sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan Kualitas Produk adalah suatu unsur yang utama untuk diperhatikan suatu perusahaan mengenai meningkatnya kemampuan suatu produk yang berguna bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seorang konsumen yang mengambil keputusan dalam pemilihan produk yang tepat, maka ia akan melakukan pembelian ulang dan meningkatkan citra perusahaan.

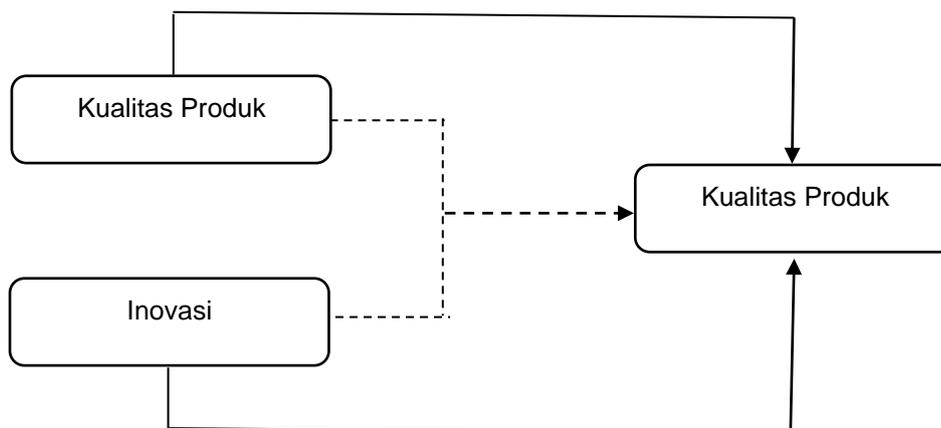
Inovasi

Menurut Sugiyono (2019:7) mendefinisikan bahwa "Inovasi adalah suatu ide, gagasan, atau metode baru yang dapat diterapkan untuk menyelesaikan masalah atau menciptakan sesuatu yang baru. Inovasi dapat berupa produk, layanan, proses, atau model bisnis baru". Menurut Tjiptono (2019:12) menyatakan bahwa "Inovasi adalah "suatu proses dan hasil dari pengembangan dan penerapan gagasan baru yang memberikan manfaat bagi organisasi". Kotler dan Keller (2019:185) mendefinisikan bahwa "Inovasi adalah segala sesuatu yang dianggap baru oleh seseorang, baik itu berupa barang, layanan, atau ide, terlepas dari berapa lama sejarahnya, penyebaran ide baru dari sumber penemuan atau kreasinya kepada pengguna atau pengadopsi utamanya".

Keputusan Pembelian

Sugiyono (2019:215) mendefinisikan "Keputusan pembelian adalah proses yang dilalui konsumen untuk memilih produk atau jasa yang akan dibeli". Tjiptono (2019:170) menyatakan bahwa "Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan konsumen yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, sampai pada pembelian dan pasca pembelian". Kotler dan Keller (2019:207) "Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen yang memilih di antara berbagai pilihan produk atau jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya". Dari beberapa pengertian keputusan pembelian sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan keputusan pembelian adalah keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Berdasarkan kerangka pemikiran sebelumnya, dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:



Keterangan----- Simultan

———— Parsial

Gambar 1 Paradigma Penelitian

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survei. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan). Penulis melakukan survei dalam pengumpulan data dan melalui media kuesioner yang disebarakan pada responden yang sudah ditentukan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2019:64) “Metode deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri)”. Jadi dalam penelitian ini, peneliti tidak membuat perbandingan variabel pada sampel lain dan mencari hubungan variabel ini dengan variabel yang lain.

Menurut Sugiyono (2019:57) “Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk menemukan kejadian - kejadian relatif, distribusi dan hubungan – hubungan antar variabel sosiologi maupun psikolog”.

Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Kuesioner
Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer dengan cara menyebarkan daftar pernyataan secara tertulis dan terstruktur kepada konsumen untuk mengidentifikasi tanggapan mereka mengenai Kualitas Produk, Inovasi dan Keputusan Pembelian.
2. Studi Dokumentasi
Studi dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur atau buku yang telah dipublikasikan tentang materi yang diteliti. Selain itu, mengambil literatur yang relevan dengan materi penelitian melalui hasil penelitian yang dipublikasikan di situs-situs internet.
3. Wawancara
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Menurut Hopkins (2019:25) wawancara adalah suatu cara untuk mengetahui situasi tertentu didalam kelas dilihat dari sudut pandang yang lain.

Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda. Menurut Sugiyono (2019:307) menyatakan bahwa “Regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana

keadaan (naik turunnya) variabel dependen atau regresi linier berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua". Penerapan metode regresi linear berganda jumlah variabel yang digunakan lebih dari satu yang mempunyai satu variabel terikat. Metode regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas atau variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) dan Inovasi (X2) sedangkan variabel terikat atau variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Berikut persamaan dari regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)
- a = *Intercept* (Konstan)
- $b_{1,2,3}$ = Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen
- X1 = Variabel independen (Kualitas Produk)
- X2 = Variabel independen (Inovasi)
- e = *Disturbance Error* (Variabel Pengganggu)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi hasil penelitian ini akan menunjukkan gambaran dan kondisi Kualitas Produk, Inovasi dan Keputusan Pembelian konsumen mukena travel defitex.id yang menjadi objek dari penelitian ini. Untuk lebih jelasnya, peneliti akan memaparkan hasil uji validasi dan uji reliabilitas dari jawaban responden atas objek penelitian ini.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk			
1	0.573	0.195	Valid
2	0.733	0.195	Valid
3	0.754	0.195	Valid
4	0.656	0.195	Valid
5	0.743	0.195	Valid
6	0.783	0.195	Valid
7	0.851	0.195	Valid
8	0.728	0.195	Valid
9	0.683	0.195	Valid
10	0.724	0.195	Valid
11	0.648	0.195	Valid
12	0.798	0.195	Valid
13	0.848	0.195	Valid
14	0.789	0.195	Valid
Inovasi			
1	0.824	0.195	Valid
2	0.866	0.195	Valid
3	0.818	0.195	Valid
4	0.680	0.195	Valid
5	0.884	0.195	Valid
6	0.916	0.195	Valid
7	0.867	0.195	Valid
8	0.858	0.195	Valid
Keputusan Pembelian			
1	0.726	0.195	Valid
2	0.818	0.195	Valid
3	0.822	0.195	Valid
4	0.796	0.195	Valid
5	0.835	0.195	Valid
6	0.779	0.195	Valid

Sumber : Data dari Hasil Penelitian yang diolah Peneliti (2024)

Uji Reliabilitas**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	14

Hasil pengujian nilai Alpha Cronbach's untuk X1 sebesar 0.931. Jika dibandingkan dengan nilai rtabel sebesar 0.195 maka nilai $0.931 > 0.195$, artinya kuesioner yang telah diajukan reliabel atau layak untuk dilanjutkan ketahap penelitian.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	8

Hasil pengujian nilai *Alpha Cronbach's* untuk X2 sebesar 1.000. Jika dibandingkan dengan nilai rtabel sebesar 0.195 maka nilai $1.000 > 0.195$, artinya kuesioner yang telah diajukan reliabel atau layak untuk dilanjutkan ketahap penelitian.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	6

Hasil pengujian nilai *Alpha Cronbach's* untuk Y sebesar 0.879. Jika dibandingkan dengan nilai rtabel sebesar 0.195 maka nilai $0.879 > 0.195$, artinya kuesioner yang telah diajukan reliabel atau layak untuk dilanjutkan ketahap penelitian.

Uji Normalitas**Tabel 7 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0800000
	Std. Deviation	1.97071972
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.067
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.161

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil dari Tabel menunjukkan bahwa pengujian dari signifikan Kolmogorov-Smirnov sebesar 0.161. Hal ini memberikan makna bahwa persamaan yang dibangun variabel X (Kualitas Produk dan Inovasi) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) memberikan distribusi normal karena probabilitas > 0,05. Sehingga layak untuk digunakan pengujian.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	.144	6.954
Inovasi	.144	6.954

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2024)

Dari hasil uji multikolinearitas yang disajikan pada Tabel menunjukkan bahwa *tolerance* untuk variabel kualitas produk dan inovasi sebesar 0.144 yang artinya kurang dari 1 dan nilai VIF untuk kualitas produk dan inovasi sebesar 6.954 yang artinya tidak melebihi angka 10, sehingga tidak ada masalah multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 9 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.884 ^a	.782	.778	.943	1.910

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1.910 yang artinya nilai D-W diantara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi. Dari hasil pengujian asumsi klasik yang telah dilakukan melalui uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi dapat peneliti simpulkan bahwa data yang digunakan dalam peneliti berdistribusi normal, selanjutnya dari uji multikolinieritas menunjukkan tidak ada hubungan antara variabel independen, dari uji heteroskedastisitas menunjukkan data bersifat homogenitas yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dan dari uji autokorelasi menunjukkan tidak terjadi korelasi antara variabel pengganggu yang artinya model regresi dapat digunakan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Mukena Travel Defitex.Id

Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	ig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4.396	1.434			3.066	.003
Kualitas Produk	.276	.054	.641		5.130	.000
Inovasi	.126	.061	.257		2.057	.042

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis statistik nilai koefisien masing-masing variabel bebas (independen) yaitu kualitas produk (X1) dan inovasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat (dependen) dengan bantuan sebuah program aplikasi SPSS versi 26 telah menunjukkan nilai positif yang dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk dan inovasi berkorelasi positif dengan keputusan

pembelian mukena travel defitex.id, serta jika dilihat dari tabel didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.396 + 0.276X_1 + 0.126X_2 + e$$

1. Nilai *constant* sebesar 4.396 menunjukan bahwa jika variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan inovasi (X_2) dalam keadaan *constant* atau tidak mengalami perubahan (sama dengan nol), maka keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 4.396.
2. Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0.276 menunjukan apabila kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 100% dengan X_2 *constant* / tidak mengalami perubahan, maka akan meningkatnya keputusan pembelian mukena travel defitex.id sebesar 27,6%.
3. Nilai koefisien regresi X_2 0.126 menunjukan apabila inovasi mengalami kenaikan sebesar 100% dengan X_1 *constant* / tidak mengalami perubahan, maka akan meningkat keputusan pembelian mukena travel defitex.id sebesar 12,6%. Hal ini mengandung arti semakin berkualitas produk dan inovasi dari setiap konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.782	.778	.943

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai koefisien korelasi (R) hasil dari perhitungan regresi ialah sebesar 0.884 yang menunjukan bahwa keeratan hubungan antara variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan inovasi dengan keputusan pembelian termasuk dalam klasifikasi kategori yang sangat kuat karena berada dalam kriteria 0,80 – 1.00. Dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk dan inovasi yang diberikan mengenai mukena travel defitex.id maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian ulang yang dilakukan konsumen untuk mukena travel defitex.id. Pengujian koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat dari hasil uji regresi koefisien determinasi model *summary* dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh dalam peneliti ini sebesar 0.782 hal ini menunjukan bahwa sebesar 78.2% kualitas produk dan inovasi mampu menjelaskan keputusan pembelian konsumen terhadap mukena travel defitex.id dan sisanya sebesar 21.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian seperti faktor harga produk, promosi dan citra merek.

Tabel 12 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	309.558		154.779	174.107	.000 ^b
Residual	86.232	7	.889		
Total	395.790	9			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Inovasi, Kualitas Produk

Untuk mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap keputusan pembelian mukena travel defitex.id dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Jelita Safitri Nababan (2019) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan. Hal ini membuktikan semakin baiknya kualitas produk yang dihasilkan dan inovasi dilakukan maka akan semakin besar keputusan pembelian konsumen terhadap mukena travel defitex.id.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Karena variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 78,2%, maka dari itu sebesar 21,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti faktor harga produk, promosi dan citra merek.

Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Mukena Travel Defitex.Id
Tabel 13 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	4.396	1.434		3.066	.003			
Kualitas Produk	.276	.054	.641	5.130	.000	.879	.462	.243
Inovasi	.126	.061	.257	2.057	.042	.850	.204	.097

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kualitas produk (X1) secara parsial terhadap keputusan pembelian mukena travel defitex.id dapat dilihat dari nilai sign 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian mukena travel defitex.id. Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh inovasi (X2) secara parsial terhadap keputusan pembelian mukena travel defitex.id dapat dilihat dari nilai sign 0,042 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai $\alpha = 5\%$). Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima, yang berarti bahwa inovasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian mukena travel defitex.id.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas produk mukena travel defitex.id terqualifikasi dengan kategori sangat tinggi, inovasi mukena travel defitex.id terqualifikasi pada kategori sangat tinggi, serta keputusan pembelian mukena travel defitex.id berada dalam klasifikasi sangat tinggi. Kualitas produk yang sangat tinggi, inovasi yang positif dan keputusan pembelian yang sangat tinggi menunjukkan bahwa mukena travel defitex.id sangat diterima dan disukai oleh konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas produk dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mukena travel defitex.id. Semakin baiknya kualitas produk yang ditawarkan dan semakin tinggi inovasi mukena travel defitex.id, maka akan meningkatkan keputusan pembelian mukena travel defitex.id.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel inovasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Saran

1. Berdasarkan skor terendah dari variabel kualitas produk mukena travel defitex.id pada indikator mukena travel defitex.id memiliki daya tahan lama dengan skor total 471. Peneliti menyarankan yang harus dilakukan oleh pihak mukena travel defitex.id menggunakan bahan adem dan lembut seperti parasut premium dan rayon premium.
2. Berdasarkan skor terendah dari variabel inovasi mukena travel defitex.id pada indikator Mukena Travel Defitex.id ringan, mudah dilipat cocok untuk kebutuhan ibadah di perjalanan dengan skor total 464. Peneliti menyarankan menambahkan elemen baru seperti sajadah mini agar pengguna lebih nyaman dan khusus dalam menjalankan ibadahnya.
3. Berdasarkan skor terendah dari variabel keputusan pembelian mukena travel defitex.id pada indikator harga mukena travel defitex.id sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dengan skor total 478. Peneliti menyarankan sebaiknya perusahaan defitex.id lebih mengutamakan konsistensi dalam proses manufaktur agar konsumen loyal.
4. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan menambah variabel atau indikator lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian seperti Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan yang lainnya, serta melakukan penelitian di wilayah atau skala yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, H., & Marbun, S. (2020). Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Review Produk di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mepphoto_Project. *Journal Research of Management*, 2(1), 58-67
- Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, A., Ani, N. W., & Putri, A. T. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1383-1395.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342.
- Devika, M. A., Akbar, M., & Rahmawati, N. F. (2022). Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee (studi kasus pada mahasiswa Institut Stiami angkatan 2017-2020). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(4), 608-618.
- Farida, Umi. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia I*. Ponorogo: UNMUH PONOROGO PRESS.
- Ghozali. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hasibuan, Malayu S. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management (15th ed.)*. Boston, MA: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson. (Halaman 292-305).
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management (16th ed.)*. Pearson.
- Kristina, Naning, and Wahna Widyaningrum. (2019). *MANSKILL Managerial Skill*. Ponorogo: UNMUH PONOROGO PRESS.
- Nugroho, A. C., & Budiarti, A. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek dan Inovasi terhadap Keputusan Pembelian dimediasi Harga di Aplikasi Tokopedia
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.
- Putri, D. L., Murniningsih, R., & Santosa, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Label Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris UMKM Oleh-Oleh Getuk Eco Magelang). *Borobudur Management Review*, 2(2), 87-111.
- Sinulingga, S. N., Manik, V., & Sibarani, H. J. (2021). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, Iklan Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Instan Noodle di Kota Medan. *Jurnal Ekobistek*, 108-114.
- Stiglitz, J. E., & Walsh, C. E (2019). *Economic (10th ed)*. W. W. Norton & Company.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi penelitian bisnis Alfabeta*. CV Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulton, A., Pratama, B. R., Sofansyah, M. F., Mustanir, M. F., & Naufalian, D. A. (2024, March). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. In *Prosiding SENASTITAN: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan* (Vol. 4).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Publisher.