

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP

KINERJA OPERASIONAL

Studi Kasus di Elders Company, Jakarta Selatan

SKRIPSI

HALAMAN SAMPUL



Ditulis Oleh :

Nama : Erza Fauzan Haikal

Nomor Mahasiswa : 17311138

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2021

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KINERJA OPERASIONAL Studi Kasus di Elders Company, Jakarta Selatan**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

HALAMAN JUDUL



Ditulis Oleh :

Nama : Erza Fauzan Haikal

Nomor Mahasiswa : 17311138

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini, bahwa dengan skripsi ini dengan judul : **PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL** benar-benar hasil penelitian dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 31 Juli 2021

Penulis



Erza Fauzan Haikal

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KINERJA OPERASIONAL

Disusun dalam rangka menyusun skripsi

Oleh :

Nama : Erza Fauzan Haikal

Nomor Mahasiswa : 17311138

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 31 Juli 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing



Zulian Yamit, Drs., M.Si.

Telah dipertahankan / diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana srata-1 di Program Studi manajemen, Fakultas Bisnis dan

Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Erza Fauzan Haikal

Nomor Mahasiswa : 17311138

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta,

Disahkan oleh:

Penguji / Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.

Penguji 1 :

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

(Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D.)

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KINERJA OPERASIONAL**

(Studi Kasus di Elders Company Jakarta Selatan)

Erza Fauzan Haikal

Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam

Indonesia

Erzafh.rocketmail@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana desain produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja Operasional di Elders Company di Jakarta Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh desain produk dan kualitas produk dapat mempengaruhi kinerja operasional di Elders Company, di Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah sebanyak jumlah responden yang merupakan anggota atau yang bekerja didalam Elders Company. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Desain Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja operasional (Y). Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS 21 metode analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasioal, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional, serta desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional.

Kata Kunci : Desain Produk, Kualitas Produk, Kinerja Operasional

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wa Barakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Swt yang maha pengasih serta penyayang, tiada hal yang mulia selain Engkau ya Rabb, kasih dan sayang-MU tidak akan pernah habis untuk hamba-MU sampai saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Operasional.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad Saw yang berpribadian luar biasa yang bisa menjadi teladan bagi seluruh umat di dunia ini. Ia lah seseorang yang membawa perubahan ke arah yang lebih baik, dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang telah membawa saya sampai ke titik ini. Hal ini yang membuat penulis bersemangat dalam menyelesaikan studi S1 saya. Jasa-jasamu tak tergantikan.

2. Kakak-kakak penulis ada kak Diza, Roza, Pam, Bimo yang telah memberikan penulis support, dukungan moral terutama untuk kak Pam dan Roza yang mensupport saya secara langsung jika saya mengalami kesulitan.
3. Bapak Zulian Yamit, Drs., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu serta membagikan ilmunya selama membimbing peneliti.
4. Bapak Sutrisno, M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Bapak Dr. D Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Teman-teman seperjuangan skripsi, semoga setelah lulus ini masa depan kita cerah.
7. Teman-teman dari manajemen kelas C semoga kita dapat sukses bersama kedepannya.
8. Teman-teman dari Goodness Comrade yang menjadi tempat penulis melepas lelah dan mencari tawa
9. Teman KKN 51 dan angkatan 62. Terima kasih atas pertemanan yang baik dengan penulis.
10. Terima kasih semua teman – teman yang sudah membantu penulis dalam penelitian, membantu menyelesaikan dan memberikan saran. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga

skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin. Wassalamu'alaikum

Warahmatullaahi Wa Barakatuh

Yogyakarta, 14 April 2021

Penulis,



Erza Fauzan Haikal

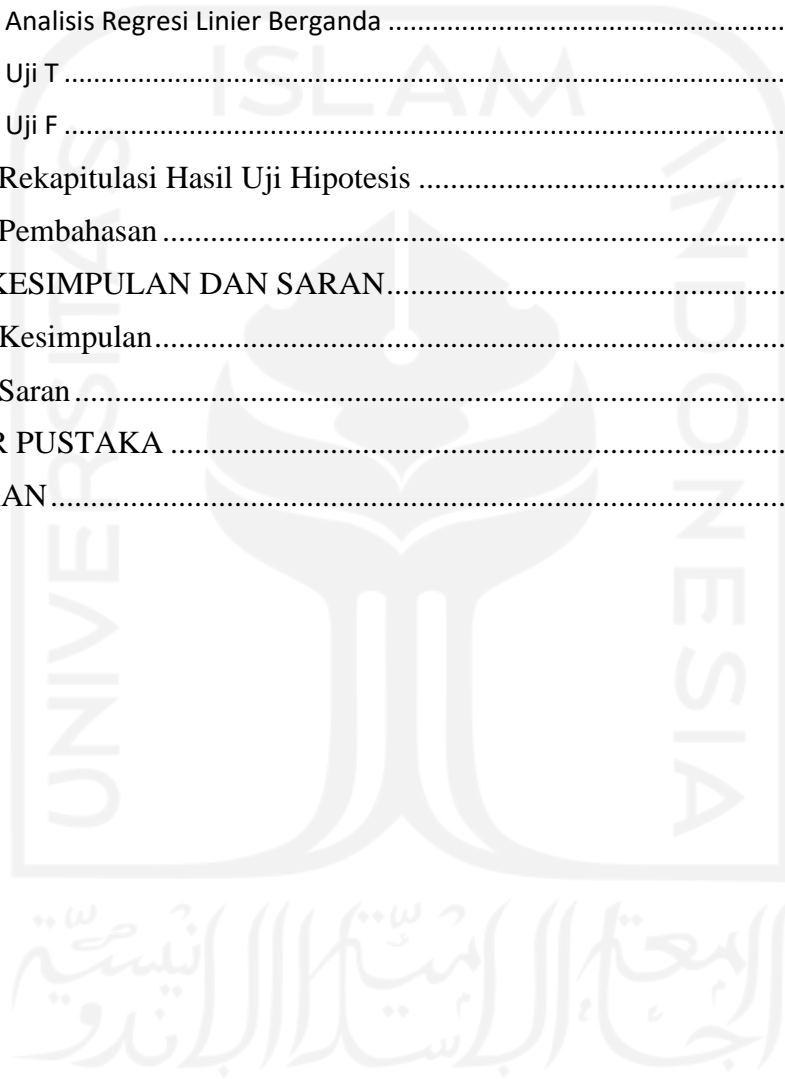


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	1
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Manajemen Operasi.....	14
2.2.2 Perancangan dan pengembangan produk.....	18
2.2.3 Desain Produk.....	21
2.2.4 Manajemen Kualitas.....	24
2.2.5 Kualitas Produk.....	26
2.2.6 Kinerja Operasional Perusahaan.....	29
2.3 Pengaruh Desain Produk, Terhadap kinerja operasional.....	34

2.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kinerja Operasional.....	34
2.5	Desain Produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja operasional.....	35
2.6	Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		38
3.1	Lokasi Penelitian	38
3.2	Pendekatan Penelitian.....	38
3.3	Definisi Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.3.1	Variabel Penelitian	39
3.3.2	Variabel Dependen	39
3.3.3	Variabel Independen.....	39
3.3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.4	Populasi dan sampel	42
3.4.1	Populasi.....	42
3.4.2	Sampel.....	43
3.5	Metode Pengumpulan Data	44
3.5.1	Jenis Data	44
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.5.4	Metode Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Karakteristik Deskriptif Responden Penelitian	55
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	56
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.1	Uji Validitas	57
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	59
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	60
4.4	Uji Asumsi Klasik	66
4.4.1	Uji Normalitas	66

4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	67
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	68
4.5 Koefisien Determinasi.....	69
4.6 Uji.Hipotesis.....	70
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.6.2 Uji T.....	72
4.6.3 Uji F.....	73
4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	73
4.8 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4. 1 Garis Kontinum Variabel Desain Produk	61
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk	63
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Kinerja Operasional.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert's	46
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data dengan Kuesioner.....	55
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.3 Usia Responden.....	57
Tabel 4.4 Uji Validitas	58
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.6 Desain Produk.....	61
Tabel 4.7 Kualitas Produk.....	62
Tabel 4.8 Kinerja Operasional	65
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.13 Analisis Linear Berganda.....	70
Tabel 4.14 Uji F	73
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.....	85
Lampiran B.....	87
Lampiran C.....	94
Lampiran D.....	95
Lampiran E.....	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju serta informasi dan ketatnya persaingan mengakibatkan konsumen lebih selektif dalam memilih produk. Di lingkungan masyarakat sekarang ini, banyak masyarakat saat ini menilai perusahaan dari desain produk yang dihasilkan seperti yang dialami pada Elders Company yang terletak di Jakarta Selatan ini.

Jakarta, jantung dari pusat bisnis di Indonesia, dimana perkembangan teknologi sangat berkembang pesat dan sangat dituntut untuk memiliki jiwa yang kreatif dan inovatif. Industri kreatif diyakini bakal menjadi tumpuan perekonomian Indonesia di masa depan. Untuk itu dibutuhkan dukungan dari stakeholders terkait, atau yang biasa disebut dengan unsur Pentahelix A-B-C-G-M (Academics, Business, Community, Government, Media) (*dilansir dari <https://www.beritasatu.com/> pada 10 Januari 2021*). Untuk survive dikondisi tersebut, apabila tidak kreatif dan inovatif, maka akan dapat cepat tertinggal dengan pesaing lainnya serta perusahaan harus memiliki citra sendiri di lingkungan masyarakat agar perusahaan bisa dikatakan memiliki image yang kuat di masyarakat dan dapat mudah diingat oleh

masyarakat itu sendiri. Dilansir dari penjelasan owner Elders Company Heret Frasthio dan Adrianka yang mendirikan Elders Garage yang dimana berada dibawah naungan dari Elders Company pada (<https://swa.co.id/swa/profile/profile-entrepreneur/elders-garage-melambung-setelah-memodifikasi-motor-pesanan-jokowi>), berawal dari mencari *brand* yang bisa diakuisisi dan akhirnya membeli *brand* helm Thailand Elders Helmet pada 2014. Maka, supaya bisa mencakup ranah bisnis yang lebih besar, dikibarkanlah bendera Elders Company. Saat itu bisnisnya yang mulai jalan di bawah Elders Company adalah penjualan *riding gear* dan *apparel*. Tak sampai di situ, ia juga mengakuisisi satu bengkel kecil bernama Krisda Motor, dengan pemiliknya bernama David. Ia pun mengajak David bekerjasama dan kemudian bengkel tersebut diubah namanya menjadi Elders Garage pada 2015 dan sekarang berada di Cipete, Jakarta Selatan.

Kreatif dan inovatif menjadi salah satu kunci kesuksesan sebuah bisnis untuk memenangkan persaingan pasar. Dengan menciptakan produk yang baru dan berbeda dengan produk lainnya akan menjadi nilai lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Dengan adanya kreatifitas dan inovasi pada bisnis yang dijalani

sangatlah penting (dilansir dari <https://binus.ac.id/>). Namun hal ini penting juga jika didukung dengan kinerja yang mumpuni.

Kinerja merupakan suatu indikator efektivitas maupun efisiensi yang telah di capai perusahaan, agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Maka, dilihat dari definisinya kinerja sangat berperan penting sebagai indikator apakah perusahaan telah menjalankan proses bisnisnya. Kinerja yang baik dapat dilihat jika tujuan perusahaan dapat tercapai. Perusahaan yang meningkatkan kinerjanya maka meningkat pula kesejahteraan dan mutu perusahaan tersebut. Dengan melakukan pengukuran kinerja maka perusahaan dapat mengetahui apakah efisiensi sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa, kualitas barang dan jasa, sudah tepat dan sesuai dalam menjalankan proses bisnisnya. Ketepatan tersebut merupakan penentu apakah perusahaan telah menjalankan proses bisnisnya dengan baik dan sangat berpengaruh terhadap pencapaian kinerja perusahaan

Salah satu faktor kinerja yang merupakan indikator tercapainya kinerja yang baik adalah kinerja operasional, yang merupakan kemampuan perusahaan dalam mencapai efektivitas penggunaan sumber daya yang ada di

perusahaan agar tujuan perusahaan tercapai. Pelayanan konsumen lebih berkualitas, proses produksi berjalan lebih efektif, *output* produksi baik berupa barang atau jasa yang berkualitas, semuanya merupakan indikasi dari kinerja operasional yang lebih baik.

Banyak cara agar perusahaan memiliki kinerja yang baik seperti dari cara mereka memasarkan produknya, mencari sumberdaya yang baik juga cara untuk menciptakan kinerja yang kuat bagaimana perusahaan dapat membuat produk-produk yang memiliki desain yang menarik dan pastinya berkualitas. Dengan begitu masyarakat dapat mengingat brandnya serta desain produk dari perusahaan yang berkat dari Elders Company memiliki kinerja yang baik. Elders Company juga harus mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini dapat membantu Elders Company memperbaiki produk dan meningkatkan kinerja agar memenuhi harapan konsumen dan memberikan kepuasan yang lebih optimal.

Joseph S.Martinich mengemukakan spesifikasi dari dimensi kualitas produk yang relevan dengan pelanggan dapat dikelompokkan dalam enam dimensi, yaitu *performance, range and type of features, reliability and durability, maintainability and serviceability, sensory characteristics, dan ethical profile and image* (dalam

Zulian Yamit, 2001: 11). Oleh karena itu, desain produk maupun kualitas produk merupakan suatu hal yang sudah sangat melekat di benak konsumen dan konsumen berperan penting dalam bisnis yang sedang dijalankan. Kemudian Kotler dan Keller (2009:10), desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Elders Company merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *passion* dimana perusahaan ini terbentuk dari hobi bermain motor yang kemudian dikembangkan menjadi hobi yang lebih memiliki value. Berawal dari bengkel kecil yang kemudian saat ini berkembang menjadi perusahaan yang didalamnya memiliki lini usaha bengkel yang cukup ternama dan Elders Company juga menjual apparel untuk bermotor seperti sarung tangan, helm, kaos dll. Elders Company ini memiliki image sebagai perusahaan yang memiliki style custom culture (Kustom Kulture). Apa itu kustom kulture? Ialah neologisme yang digunakan untuk menggambarkan karya seni, kendaraan, gaya rambut, dan mode orang-orang yang mengendarai dan membangun mobil dan motor kustom di Amerika Serikat dari tahun 1950 hingga sekarang, dan gaya tersebut diaplikasikan pada Elders Company ini dengan cukup baik.

Pada suatu kesempatan Elders Company melakukan kolaborasi dengan Kickasschoppers, bengkel motor yang beraliran chopper untuk menciptakan sebuah chasis atau rangka motor yang dapat di aplikasikan kepada mesin-mesin motor ber-cc kecil yang mereka beri nama yaitu “Chopperland” dari cc 200-650 dengan konfigurasi 1-2 silinder dapat terpasang pada rangka tersebut.

Motor pertama yang mereka custom menggunakan rangka Chopperland yaitu Royal Enfield Classic 350 yang pada akhirnya orang nomor satu di Indonesia saat ini yaitu Bapak Jokowi hingga terpincut dan membeli motor custom karya Elders Company ini yang membuat perusahaan ini semakin dikenal dan memiliki citra yang positif dikalangan masyarakat. Sekitar tahun 2018 motor dengan menggunakan chasis chopperland ini diperkenalkan pada publik dan tidak luput diperkenalkan juga pada presiden dengan membawa motor tersebut ke istana Bogor Bapak Presiden Joko Widodo langsung menyambangi motor tersebut dan mencoba menaiki motor yang telah dibawa oleh pihak dari Elders Company.

Karya hasil dari kolaborasi antara Elders Company dengan Kickasschoppers tersebut cukup menarik perhatian oleh presiden dan mendapat apresiasi yang baik dari presiden sehingga presiden pun menyukai dan berminat yang berujung motor

tersebut dibeli oleh presiden. Tentunya membuat Elders Company semakin dikenal masyarakat secara lebih luas dan meningkatkan image yang semakin positif pula.

1.2 Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh desain produk terhadap kinerja operasional Elders Company?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kinerja operasional Elders Company?
3. Adakah pengaruh keduanya terhadap kinerja operasional Elders Company?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Desain Produk terhadap kinerja Elders Company.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kinerja Elders Company.
3. Untuk mengetahui pengaruh keduanya terhadap kinerja Elders Company.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Menjadikan penelitian ini sebagai sarana dan media dalam menambah wawasan serta pengetahuan mengenai desain produk, kualitas produk dan dampak kinerja operasional terhadap desain produk, kualitas produk serta dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh selama penelitian di Elders Company.

2. Bagi Elders Company

Dapat menjadikan penelitian ini sebagai pertimbangan dan sumber informasi bagi Elders Company dalam memahami hubungannya untuk peningkatan desain produk, kualitas produk dan kinerjanya, sehingga dapat menentukan langkah-langkah di masa yang akan datang.

3. Bagi Pihak Lainnya

Dapat menjadikan penelitian ini sebagai sumber informasi penelitian selanjutnya agar penelitian selanjutnya dapat menemukan celah celah yang ada dalam penelitian ini dan melengkapi penelitian sebelumnya.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian ini dilakukan berdasarkan dengan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu. Penelitian tersebut adalah :

- a. Gusviany Ayu Murti 2018 yang memperoleh hasil dari studi kasus di Rasa Lokal Denpasar, Bali bahwa desain produk dan kualitas produk secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin baik desain produk dan kualitas produk, maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden dan menunjukkan bahwa desain produk dan kualitas produk sama – sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan adalah metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan menggunakan pengukuran hasil dengan SPSS. Perbedaannya yaitu pada pendekatannya yang menggunakan pendekatan di ranah pemasaran karena menggunakan unsur “kepuasan

pelanggan” sedangkan milik saya tidak menggunakan unsur pemasaran karena mengambil konsentrasi operasi.

- b. Rizky Valeo Nugraha 2019, memperoleh hasil bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja operasional perusahaan pada usaha Coffee shop di Yogyakarta, dan Kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja operasional perusahaan pada usaha Coffee shop di Yogyakarta.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang saya jalankan yaitu penggunaan kinerja operasional sebagai variabel Y dalam penelitiannya. Perbedaannya ada di variabel X yang menggunakan 3 variabel yaitu inovasi produk, kualitas informasi dan inovasi proses.

- c. Yuda Wardaya 2015 mendapatkan hasil dari studi kasus pada Chargecity Clothing kota Kediri, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Chargecity Cloth. Ada pengaruh yang signifikan secara simulutan antara desain produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Chargecity Cloth.

Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan analisis linier berganda karena menggunakan banyak variabel dalam penelitiannya dan menggunakan metode kuantitatif dalam metode pengumpulan datanya. Perbedaannya yaitu, dalam penelitian saya menggunakan pengaruh terhadap kinerja operasional

- d. Rizky Anandia 2015 memperoleh hasil dari studi kasus pada masyarakat di kota Semarang tentang meningkatkan minat beli konsumen sepatu Adidas original, bahwa Terdapat efek positif yang dihasilkan oleh desain produk memiliki arti penting mempertinggi citra merek. Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi konsumen (seperti: persepsi harga, persepsi kualitas dan persepsi kualitas pelayanan) terhadap citra merek dalam memilih produk makanan. Terdapat pengaruh positif citra merek terhadap minat beli konsumen

Persamaan yang ada pada penelitian ini adalah pada variabel yang digunakan yaitu desain produk dan kualitas produk, dan karena menggunakan variabel yang lebih dari satu, penelitian ini juga menggunakan analisis linier berganda. Perbedaannya ada pada penelitian ini mengacu pada bagaimana

dapat meningkatkan minat beli masyarakat sedangkan pannelitian yang akan saya lakukan yaitu terkait dengan pengaruh terhadap kinerja operasional.

- e. Melysa E. Pongoh 2013 yang memperoleh hasil dari studi kasus pada pelanggan kartu AS Telkomsel di kota Manado, bahwa Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kartu As Telkomsel di kota Manado. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Kartu As Telkomsel di kota Manado, hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan kurang memuaskan bagi pelanggan.

Persamaan penelitian ini dengan penilitian yang akan saya lakukan yaitu menggunakan analisis linier berganda juga karena menggunakan variable yang lebih dari satu, yang diantaranya pada penelitian tersebut adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Perbedaannya disbanding dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu penggunaan variable variable yang berbeda yang mengacu pada pengaruh loyalitas pelanggan Kartu AS Telkomsel, sedangkan penelitian yang akan saya ambil yaitu analisis yang berpengaruh pada kinerja operasional.

f. Tri Yudianto Bagaskara 2019, dimana mendapatkan hasil pengaruh signifikan yang positif desain produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik desain produk maka keunggulan bersaing semakin meningkat, serta pengaruh signifikan positif kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka keunggulan bersaing semakin meningkat.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian saya yaitu menggunakan desain produk dan kualitas produk sebagai bagian dari variabelnya namun juga memiliki perbedaan yaitu pada penelitian ini mengacu pada Keunggulan bersaing, sedangkan penelitian yang akan saya lakukan yaitu mengacu pada kinerja operasional

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Manajemen Operasi

Dalam suatu perusahaan pengertian mengenai manajemen dapat diartikan sebagai proses mengenai pengambilan keputusan mengenai perencanaan, pengarahan, pengendalian dan pengoperasian yang dimana bertujuan dalam menuju tujuan dari

perusahaan yang telah dipastikan. Manajemen operasi sebagai serangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai dalam dua bentuk yang barang dan jasa dengan cara mengubah input menjadi output (Heizer dan Render, 2009).

Konsep manajemen operasi merupakan kegiatan yang menciptakan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen, dan ini merupakan kegiatan utama dalam perusahaan

Mendefinisikan manajemen operasi ialah kegiatan yang gunanya mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber daya serta bahan secara efektif dan efisien dalam menciptakan dan memberikan kegunaan suatu barang atau jasa (Assauri, 2004).

Fungsi terpenting didalam produksi dan operasi ialah:

1. Proses pengolahan merupakan metode yang digunakan dalam pengolahan masukan
2. Jasa-jasa penyokong merupakan sarana yang berupa pengorganisasian yang perlu untuk menetapkan teknik metod yang akan digunakan, tujuannya ialah agar proses itu menjadi efektif dan efisien.

3. Perencanaan merupakan penetapan keterkaitan dan pengorganisasian dalam kegiatan produksi dan operasi yang akan digunakan dalam periode waktu tertentu.
4. Pengendalian dan pengawasan merupakan fungsi untuk menjamin terlaksananya kegiatan yang sudah dilakukan sesuai dengan apa yang di rencanakan.

Manajemen Operasi merupakan proses yang berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi manajemen yang mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dan efektif dalam mencapai tujuan (Eddy Herjanto, 2015). Unsur-unsur yang terdapat dalam definisi ini ialah:

1. Continue, manajemen operasi dan produksi ialah operasi yang kegiatannya tidak berdiri sendiri. Kegiatannya membutuhkan tindakan yang lain.
2. Efektif, Segala kegiatan harus dilaksanakan secara tepat dan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan agar mencapai tujuan yang diharapkan.
3. Fungsi Manajemen, Kegiatan manajemen produksi masih membutuhkan pengetahuan yang luas, terdiri dari planning, organizing, actuating dan controlling.

4. Efisien, manajemen produksi dan operasi dituntut agar mempunyai kemampuan kerja yang dapat mengoptimalkan sumber daya tanpa melakukan pemborosan.
5. Tujuan, kegiatan manajemen produksi dan operasi mempunyai tujuan yang jelas dalam menghasilkan suatu produk yang direncanakan.

Dalam dunia usaha, manajemen operasi sangatlah diperlukan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan perubahan maupun inovasi yang fungsinya menjadi lebih baik lagi. Konsep didalamnya sangatlah kompleks, tidak hanya mencakup pelaksanaan fungsi manajemen dalam mengkoordinasi berbagai macam kegiatan didalamnya agar tercapai tujuan, tetapi juga mencakup kegiatan yang bersifat teknis dalam menghasilkan suatu produk yang memenuhi segala aspek yang diinginkan. Manajemen operasi sendiri adalah bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang, serta menggunakan alat-alat dan teknik-teknik khusus dalam memecahkan masalah yang ada di produksi (Richard L. Daft, 2006).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen operasional merupakan serangkaian proses dalam menciptakan barang, jasa ataupun kegiatan yang

mengubah bentuk dengan menciptakan atau menambah manfaat dari suatu barang ataupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2.2 Perancangan dan pengembangan produk

1. Perancangan Produk

Desain atau perancangan produk adalah menterjemahkan persyaratan permintaan produk ke dalam bentuk yang sesuai untuk produksi atau pemakai. Hal ini mencakup desain ulang produk yang sudah ada untuk kemudahan produksi, perubahan-perubahan spesifikasi atau desain produk yang betul – betul baru. Dalam desain dapat pula mencakup kegiatan riset dan pengembangan. Produk yang baik merupakan strategi yang dapat menempatkan posisi perusahaan dalam industry maupun persaingan.

2. Pengembangan Produk

Pengembangan produk (*product development*) adalah upaya perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk baru, memperbaiki dan memodifikasi produk lama agar dapat memenuhi tuntutan pasar dan selera pelanggan (Yamit, 2011). Sebuah strategi produk yang efektif menghubungkan keputusan produk dengan arus dinamik pasar, siklus hidup produk, dan kemampuan organisasi. Pengertian dari ahli kedua, tepatnya Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller “pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Sehingga dapat diartikan bahwa perusahaan harus mempunyai dana untuk mengembangkan produk, memahami perubahan yang terus terjadi di pasar, mempunyai potensi yang diperlukan dan juga sumber daya.

Konsep dasar hidup produk menghadapkan produsen pada dua kemungkinan. Pertama, karena semua produk akan mengalami kemerosotan, produsen harus mengutamakan pengembangan produk baru untuk menggantikan produk yang lama. Kedua, produsen harus mengamati status

daur hidup setiap produk dan menyesuaikan strategi pemasaran dengan tuntutan tiap tahapan dalam konsep daur hidup produk (Yamit, 2011 hal. 35).

Faktor yang mendorong terciptanya strategi pengembangan produk dalam menghadapi era globalisasi menurut (Yamit, 2011):

1. Perubahan selera konsumen
2. Keinginan untuk menekan biaya (efisiensi)
3. Keinginan untuk meningkatkan kualitas produk.
4. Kemerosotan kinerja perusahaan (menurunnya omzet penjualan dan pasaran produk kurang berkembang).
5. Melemahnya *bargaining position* dalam menghadapi para supplier, bahan baku, suku cadang, dan komponen.
6. Pesaing semakin kuat
7. Perubahan teknologi
8. Usia produk semakin pendek

2.2.3 Desain Produk

1. Definisi Desain Produk

Tahid (2007) mendefinisikan desain produk sebagai hubungan antara benda (barang) dengan suatu keadaan atau kondisi tertentu. Dengan tujuan memberikan suatu kepuasan pada pengguna barang, produk tertentu. Tahid (2007)

Ini berarti bahwa jika desain produk telah baik di mata konsumen, maka akan memberikan dampak positif yang positif pada kepuasan konsumen dan produk desain merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan dan pengiriman produk.

Desain produk merupakan hal penting bagi kesuksesan banyak perusahaan. Perusahaan secara berkelanjutan mengeluarkan produk baru ke pasar karena perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Desain produk berbeda secara signifikan, tergantung pada industrinya.

Untuk produk konsumen, memahami preferensi pelanggan dan

melakukan pengujian pasar terkait produk yang prospektif. Perusahaan yang berspesialisasi dalam pendesainan produk menerapkan proses yang sangat maju untuk mendukung aktifitas yang dibutuhkan dalam sebuah industri (Chase F. R., 2015).

2. Fungsi Desain Produk

Fungsi desain produk dapat dijumpai dalam:

1. Bagian pemasaran merupakan satu-satunya sumber informasi mengenai kebutuhan dan selera konsumen.
2. Bagian operasi karena spesifikasi yang telah ditetapkan bagian pemasaran perlu untuk dilaksanakan secepat dan seekonomis mungkin.
3. Bagian unit independen bertanggungjawab terhadap desain dan dapat lebih efektif dan dianggap yang terbaik karena produk dapat mendahului pasar.

3. Faktor-Faktor Desain Produk

1. Globalisasi Selera Konsumen

Globalisasi selera konsumen berdasarkan keinginan untuk membuat produk yang memiliki kesamaan dari segi desain produk maupun kemasan.

2. Segmentasi Pasar

Adanya segmentasi pasar berasal dari perbedaan selera konsumen. Konsumen menginginkan produk yang menawarkan kualitas, kinerja, maupun fitur inovatif terbaik. Perusahaan harus berfokus untuk membuat produk yang unggul dan berguna.

3. Kondisi Lokal

Perusahaan yang tidak mempertimbangkan kondisi lokal akan membuat perusahaan tersebut gagal dalam pemasaran. Perusahaan harus memperhatikan produk yang sesuai dengan kebiasaan dan budaya, seperti, rasa, ciri khas, maupun desain produk yang membawa suatu kondisi lokal.

4. Teknologi

Perkembangan produk memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan dan menghasilkan produk dengan desain yang sesuai. Pengembangan produk menjadi latar belakang yang diperlukan suatu perusahaan untuk mendesain produk sesuai spesifikasi kualitasnya.

2.2.4 Manajemen Kualitas

Kadir (2001:19), Menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami (tujuan yang sulit dipahami), karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

Gelombang globalisasi dimana kompetisi yang semakin tinggi, teknologi yang semakin canggih, serta pelanggan yang berpengetahuan. Hal ini membuat produsen untuk memilih, apakah masuk ke dalam kompetisi

dan melakukan perubahan maupun perbaikan, atau apakah memasuki kompetisi tanpa kekuatan dan strategi.

Alternatif strategi bersaing yang tepat yaitu perusahaan tetap memiliki growth (pertumbuhan), strength (kekuatan), competitiveness (kemampuan bersaing), profitability (keuntungan), dan prosperity (prospek). Strategi bersaing yang dapat dilakukan perusahaan menghadapi era globalisasi yang semakin ketat, salah satunya dengan customer satisfaction (kepuasan konsumen).

Keberhasilan organisasi untuk menjadikan manajemen kualitas sebagai unggulan daya saing harus mempunyai empat kriteria persyaratan. Pertama, manajemen kualitas harus berorientasi pada kualitas, kualitas proses maupun kualitas produk. Kedua, manajemen kualitas harus mengikutsertakan aspirasi karyawan. Ketiga, manajemen kualitas harus didasarkan pada pendekatan desentralisasi. Keempat, manajemen kualitas harus menerapkan prinsip dan kebijaksanaan dalam mencapai tujuan organisasi.

2.2.5 Kualitas Produk

Goetsch Davis, 1994 kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Yamit, 2011, hal. 8). Perusahaan yang menghasikkan produk lebih menekankan pada hasil karena konsumen tidak terlibat langsung dalam prosesnya

1. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas menjadi harapan dan impian bagi semua orang baik konsumen maupun produsen (Yamit, 2001, hal. 5). Kebanyakan konsumen yang peduli pada kualitas mempertanyakan produk tersebut berkualitas tinggi dan pantas dibeli atau tidak. Menurut Joseph S.Martinich, 1997 menemukan spesifikasi dari dimensi kualitas produk yang relevan depan pelanggan,yaitu:

1. *Performance*. Hal ini paling penting bagi pelanggan adalah apakah kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya atau apakah pelayanan diberikan dengan cara yang benar.

2. *Range and Type of Features*. Selain fungsi utama dari suatu produk dan pelayanan, pelanggan sering kali tertarik pada kemampuan atau keistimewaan yang dimiliki produk dan pelayanan.
3. *Reliability and Durability*. Keandalan produk dalam penggunaan secara normal dan berapa lama produk dapat digunakan hingga perbaikan diperlukan
4. *Maintainability and Serviceability*. Kemudahan untuk pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.
5. *Sensory Characteristics*. Penampilan, corak, rasa, daya tarik, bau, selera, dan beberapa faktor lainnya mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas.
6. *Ethical Profile and Image*. Kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan.

Dimensi kualitas tersebut dapat dijadikan dasar bagi produsen untuk mengetahui apakah ada kesenjangan atau perbedaan harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima. Jika kesenjangan antara

harapan dengan kenyataan tinggi, produsen tersebut gagal dalam mengetahui keinginan konsumennya.

Perspektif kualitas menurut David Garvin, 1994 (Yamit, 2011, hal. 9):

1. Transcendental Approach

Kualitas dalam pendekatan ini, perusahaan dapat mempromosikan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan seperti kelembutan dan kehalusan kulit, kecantikan wajah, pelayanan prima, dan tempat berbelanja yang nyaman.

2. Product-based Approach

Kualitas dalam pendekatan ini adalah suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur.

3. User-based Approach

Kualitas dalam pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang atau cocok dengan selera merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

4. *Manufacturing-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah bersifat supply-based dari sudut pandang produsen yang mendefinisikan kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratannya dan prosedur. Penentuan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, dan bukan konsumen yang menggunakannya.

5. *Value-based Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini adalah memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas didefinisikan “affordable excellence”.

Kualitas dalam pandangan ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai.

2.2.6 Kinerja Operasional Perusahaan

2.2.6.1 Kinerja Operasional Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari sebuah kegiatan manajemen. Kinerja perusahaan merupakan hasil sesungguhnya atau output yang dihasilkan oleh perusahaan dan kemudian diukur

kemudian dibandingkan dengan output yang dihasilkan (Jahanshahi, et al., 2012). Ada berbagai macam cara dalam pengukuran kinerja operasional, salah satunya ialah menggunakan kinerja operasional.

Kinerja operasional adalah bidang manajemen yang mengkhususkan pada produksi barang dan jasa, serta bidang yang menggunakan alat-alat dan teknik khusus dalam memecahkan masalah (Daft, 2010).

Dalam pengukuran kinerja operasional dapat diukur dengan pengukuran yang melalui pangsa pasar, peluncuran produk baru, kualitas produk jasa. (Carton dan Hofer, 2006).

Kinerja operasional merupakan kemampuan perusahaan untuk menjalankan operasionalnya. Kinerja perusahaan secara umum dan keunggulan kompetitif merupakan tolak ukur tingkat keberhasilan dan

perkembangan perusahaan kecil. Pengukuran terhadap pengembalian investasi, pertumbuhan, volume, laba dan tenaga kerja pada perusahaan umum dilakukan untuk mengetahui kinerja perusahaan

(Jeaning dan Beaver, 1997). dari tinjauan yang bersifat keuangann atau non keuangan. Kinerja operasional Pengukuran kinerja merupakan

salah satu cara perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang akan diambil, melihat apakah perusahaan itu dalam kondisi baik dapat dilihat melalui pengukuran aspek-aspek yang ada, baik perusahaan merupakan aspek penting oleh investor dalam mempertimbangkan keputusan dalam berinvestasi pada perusahaan. Kinerja Operasional dapat diukur melalui tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, ketepatan waktu produk sampai ketangan konsumen (Terziovski dan Sammson, 1999). Didalam kinerja operasional perusahaan menurut Lenny et al (2007) memiliki 5 dimensi yaitu:

1. Fleksibilitas

Fleksibilitas adalah kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Adaptasi dari praktek "multi supplier" dapat meningkatkan fleksibilitas menghasilkan sumber alternatif untuk pengadaan dengan mengurangi risiko rantai pasokan.

2. Pengurangan *Lead Time* Produksi

Salah satu cara untuk mengurangi lead time produksi adalah e-

procurement, single sourcing dan just in time. Pengurangan lead time produksi akan dapat meningkatkan respon perusahaan dan pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

3. Forecasting (Peramalan)

Peramalan merupakan dimensi yang sangat penting dalam kinerja operasional. Peramalan merupakan kinerja gabungan dari kombinasi sumber daya seperti pasokan bahan, manufaktur, perencanaan produksi dan prediksi permintaan pelanggan.

4. Perencanaan Sumber Daya dan Penghematan Biaya

Dengan perencanaan strategis yang tepat, hal itu dapat diantisipasi bahwa pemanfaatan sumber daya akan dioptimalkan mengarah ke

penghematan biaya. Dengan waktu siklus singkat, lebih banyak pesanan bisa diproses, yang kemudian akan menghasilkan peningkatan efisiensi dan biaya produksi berkurang per unit. Selain

itu, penggunaan alat e-procurement juga bisa mempersingkat dalam waktu pemesanan memimpin dan mengurangi biaya

pemesanan.

5. Pengurangan Tingkat Persediaan

Praktek ini tidak hanya akan mengurangi tingkat persediaan, tetapi juga akan mengurangi penggunaan gudang dan peningkatan arus kas.

2.2.6.2 Metode Pengukuran Kinerja Operasional Perusahaan

Calistha Prayhoego *et al* (2013) mengukur kinerja operasional perusahaan dengan menggunakan beberapa item yaitu:

1. Ketepatan waktu dalam proses
2. Kualitas Hasil Produksi

Robbins (1996) mengukur tinggi rendahnya kinerja operasional perusahaan yaitu:

1. Kemampuan memenuhi kebutuhan pasar
2. Efisiensi proses

Kinerja operasional yang dilakukan dapat diukur sesuai dengan yang dikemukakan oleh Terziovski dan Samson (1999) adalah:

1. Meminimalisir kegagalan

2. Kepuasan kinerja operasi

2.3 Pengaruh Desain Produk, Terhadap kinerja operasional

Desain produk merupakan salah satu unsur yang berguna untuk memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik. Menurut Tahid dkk (2007). Kinerja operasional merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari instrumen perusahaan dimana kinerja operasional menekankan mengenai strategi kinerja perusahaan yang terbentuk dari praktek terbaik dan keputusan strategi dalam kompetisi serta hal tersebut dilakukan untuk mengukur apakah desain produk yang dihasilkan oleh perusahaan sudah sesuai dengan desain produk yang direncanakan dari awal pembuatan sehingga perusahaan bisa mendapatkan konsumen (Kotler & Keller, 2009).

H1 : Desain produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kinerja Operasional

Kualitas produk pada sebuah produk dapat menambah kesan yang positif terhadap perusahaan dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam

melakukan transaksi. Dalam penelitian, menemukan hubungan antara kualitas produk terhadap kinerja operasional. Kinerja operasional dipengaruhi oleh kualitas produk, hal ini nampak jelas ketika konsumen mendapatkan kualitas produk yang lebih baik dari pada ekspektasinya, konsumen akan memberikan kesan yang baik pada perusahaan. Kesimpulannya adalah bahwa pengaruh kualitas produk yang diberikan produsen kepada konsumen memiliki tingkat variasi, durabilitas, penampilan, dan kegunaan, maka kinerja operasional yang sudah dijalankan sudah baik. Pemaparan penelitian diatas menunjukkan hubungan yang positif antara kualitas produk terhadap kinerja operasional

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Kinerja operasional

2.5 Desain Produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja operasional

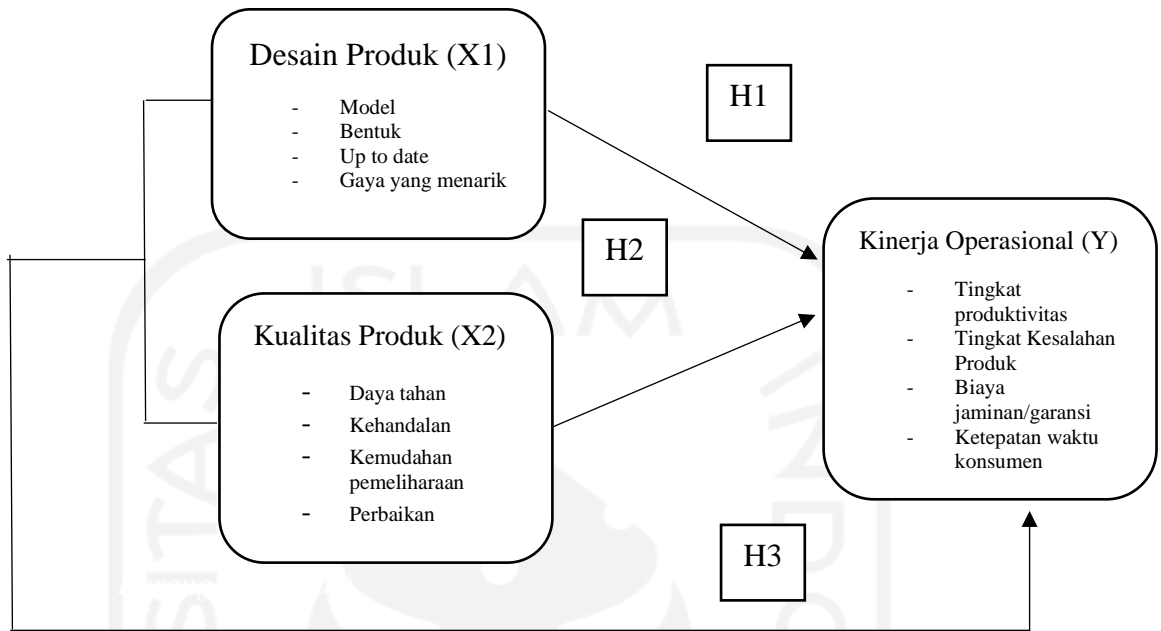
Kinerja operasional adalah suatu capaian untuk mengukur apakah produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan produk yang direncanakan. Selain penggabungan dari praktek terbaik dan keputusan

strategi yang dijalankan kinerja operasional juga sebagai alat ukur dari produk yang direncanakan perusahaan. Desain produk dan kualitas produk merupakan instrument-instrument dapat mempengaruhi kinerja operasional sebagaimana desain produk yang sudah dirancang apakah sudah sesuai dengan apa yang direncanakan oleh perusahaan apa tidak, begitu juga dengan kualitas produk. Produk yang dihasilkan apakah kualitasnya sudah sesuai dengan apa yang perusahaan telah tetapkan, apakah sudah memenuhi kriteria apa tidak, maka dari itu desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

H3 : Desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

2.6 Kerangka Pemikiran

Desain produk dan kualitas produk merupakan 2 faktor yang diperhatikan oleh perusahaan dalam melaksanakan kinerja operasionalnya. Berdasarkan latar belakang dan landasan teori, maka dibuat kerangka pikir sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Oleh peneliti 2021

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Elders Company terletak di Jalan Metro Pondok Indah Kav. IV, RT.1/RW.16, Pd. Pinang, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12310. Elders Company juga menghasilkan produk-produk seperti kaos, jaket, helm bergaya vintage, sarung tangan berbagai model, aksesoris untuk motor, hingga memproduksi sasis motor yang dikenal sebagai sasis Chopperland

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini apakah hipotesis tersebut dapat dibuktikan atau ditolak.

Metode penelitian yang digunakan penulis menggunakan kuesioner dimana respondennya adalah konsumen dari Elders

Company. Diperlukan juga alat ukur berupa variabel independen dan variabel dependen.

3.3 Definisi Penelitian dan Definisi Operasional

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen yang digunakan yaitu kinerja operasional(Y).

3.3.3 Variabel Independen

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya dependen (Sugiyono, 2016). Variabel

independen dalam penelitian ini adalah desain produk (X1) dan kualitas produk (X2).

3.3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan variabel penelitian yang digunakan oleh penulis, agar lebih mudah, penulis menjabarkan membuat dalam bentuk tabel.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator/Dimensi	Pertanyaan
1	Desain Produk	Desain Produk adalah salah satu unsur memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, desain yang menarik, dan sebagainya. (Bagas Prastyowibowo, 1999:5)	<ul style="list-style-type: none"> - Model - Bentuk - Up to date - Gaya yang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> - Model desain produk Elders memiliki gaya yang menarik. - Bentuk produk Elders Company sangat bagus - Desain Desain produk Elders <i>up to date</i> dan mengikuti trend - Desain produk Elders up to date dan mengikuti trend

2	Kualitas Produk	Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Dapat dilihat dari keanekaragaman, keamanan, kemasan, bentuk. (Kotler dan Amstrong, 2012)	<ul style="list-style-type: none"> - Daya Tahan - Kehandalan - Kemudahan Pemeliharaan - Perbaikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Elders memiliki daya tahan produk yang awet - Produk dari Elders Company memiliki kehandalan yang baik. - Perawatan/pemeliharaan produk Elders sangat mudah. - Produk Elders Company mudah dalam menggunakan akses perbaikan.
3	Kinerja Operasional	Kinerja operasional adalah bidang manajemen yang menghususkan pada produksi barang dan jasa, serta bidang yang menggunakan alat-alat dan teknik khusus dalam memecahkan masalah (Daft, 2010).	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Produktivitas - Tingkat kesalahan Produk - Biaya Jaminan/garansi - Ketepatan waktu-konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> - Usaha kami memiliki tingkat produktifitas yang baik. - Usaha kami mampu meminimalisir tingkat kegagalan/kesalahan produk - Setiap produk yang kami keluarkan memiliki jaminan/garansi - Usaha kami memiliki ketepatan waktu dalam melakukan proses

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

Sumber data dalam penelitian adalah sebuah subjek dimana data dapat diperoleh, untuk memperoleh sumber data tersebut, maka diperlukannya populasi. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian adalah karyawan yang bekerja di Elders Company. Jumlah karyawan Elders Company yang cukup banyak, sehingga sulit apabila mengambil semuanya, maka penelitian dilakukan dengan cara *sampling*.

Pendekatan yang biasanya dilakukan ada dua, yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling karena peneliti tidak mengetahui jumlah populasi secara pasti dimana jumlah karyawan yang cukup banyak jumlahnya. Penelitian menggunakan non-probability sampling dengan metode pengambilan sampel yang dilakukan adalah convenience sampling, yaitu metode pengambilan sampel secara kebetulan terhadap orang-orang yang bersedia mengisi kuesioner dan dianggap cocok dalam mengisi sumber data. Responden yang cocok tersebut adalah para karyawan yang bekerja di Elders Company.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Peneliti tidak dapat meneliti seluruh populasi, maka peneliti membentuk perwakilan populasi yang disebut sampel. Jumlah populasi sangat banyak, peneliti mengambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Rao Purba 1996:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5% (1,96)

Moe = Margin of error maksimal 10%

Sehingga didapatkan sampel untuk penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

N = 96,04 dibulatkan menjadi 100.

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel dibulatkan dari 96 menjadi 100 orang untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak dapat diolah oleh peneliti.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

3.5.1.1 Data Kualitatif

Data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti literatur serta teori-teori yang berhubungan dengan penelitian penulis.

3.5.1.2 Data Kuantitatif

Data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang dibuat menjadi angka (scoring). Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

3.4.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung didapat dari sumber pertama objek peneliti. Data primer penelitian ini adalah data yang diberikan langsung kepada responden melalui kuesioner mengenai analisis pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap kinerja operasional.

3.4.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang secara tidak langsung didapat dari objek penelitian. Data sekunder yang diperlukan dapat diperoleh dari web site Elders Company dan data dari perusahaan mengenai keterangan yang berhubungan dengan pokok peneliti.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok, orang terpilih melalui wawancara pribadi atau melalui daftar pertanyaan (KBBI). Data yang dikumpulkan bersumber dari data hasil kuesioner konsumen Elders Company. Jawaban yang disediakan dalam setiap pertanyaan atau pernyataan itu menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Kriteria pemberian skor untuk alternatif jawaban untuk setiap item sebagai berikut : (1) Skor 5 untuk jawaban sangat setuju, (2) Skor 4 untuk jawaban setuju, (3) Skor 3 untuk jawaban netral atau ragu-ragu, (4) Skor 2 untuk jawaban tidak setuju, (5) Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

Tabel 3.2 Skala Likert's

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral / Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Darmawan, 2014)

3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui data yang valid atau tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang

sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Bila sampel penelitian representatif, instrumen penelitian valid dan reliable, cara mengumpulkan dan analisis data benar, maka penelitian akan memiliki validitas eksternal yang tinggi (Sugiyono, 2016). Untuk mengetahui suatu kuesioner dapat dinyatakan valid maka r hitung > r tabel.

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat reliable. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable jika nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 atau 60%.

3.5.4 Metode Analisis Data

3.5.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistiki deskriptif merupakan penyajian data melalui tabel, grafik, pictogram, perhitungan penyebaran data

melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Data statistik deskriptif dilakukan untuk mencari kuatnya hubungan variabel melalui analisis korelasi, analisis regresi, dan membandingkan data-data sampel dan populasi (Sugiyono, 2016).

3.5.4.2 Pengujian Asumsi Klasik

3.5.4.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik, yaitu dengan melihat grafik histogram dan grafik P-Plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, dasar pengambilan keputusan.

1. Jika data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.4.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011), uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi

ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

1. Besarnya VIF, suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu VIF 0,10.
2. Besarnya VIF, suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu VIF 0,10.

3.5.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot. Apabila terdapat pola tertentu, seperti yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian titik-titik menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4.2.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu desain produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap variabel dependen Kinerja Operasi (Y) produk Elders Company. Hasil dari regresi ini berupa koefisien yang dipilih dengan melakukan prediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan di bawah ini.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Sumber : (Abdullah, 2015)

Keterangan :

Y = Kinerja Operasional

β_1, β_2 = Regresi Koefisien

X_1 = Desain Produk

X_2 = Kualitas Produk

e = Kesalahan estimasi standar

3.5.4.3 Pengujian Hipotesis

3.5.4.3.1 Koefisien Determasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Penggunaan koefisien determinasi bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, peneliti berpacu pada nilai Adjusted (R^2). Nilai Adjusted (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

3.5.4.3.2 Uji-F

Uji statistik F menunjukkan semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada ANOVA yang membandingkan Mean of Squares dari regresi dan Mean of Squares dari residual, sehingga mendapatkan hasil yang dinamakan F hitung.

Pengujian koefisien regresi simultan atau uji F digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau tidak dengan mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Apabila $F > \text{hitung } F > \text{tabel}$ dan tingkat signifikansi α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila $F < \text{hitung } F < \text{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.5.4.3.3 Uji-T

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan dependen secara parsial. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen digunakan uji t. Pengujian

koefisien regresi parsial atau uji t digunakan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau tidak dengan mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Dalam hal ini apakah variabel persepsi desain produk dan kualitas produk benar-benar berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada Quick Look dan membandingkan nilai statistik T dengan titik kritis menurut tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$ Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteia pengujian sebagai berikut.

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil analisis penelitian mengenai Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional. Berikut pembahasan analisis hasil penelitian yang diperoleh dari data kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebar sebanyak 100 kuesioner. Kuesioner yang dikembalikan sebanyak 100, sehingga respon rate-nya 100%. Dapat dilihat pada tabel 4.1. Berdasarkan data yang terkumpul, kuesioner yang telah terjawab lengkap dan layak dianalisis dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 kuesioner. Yang mana hasil dari jawaban responden ini akan digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya

Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat dalam lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, kemudian diedit, dan akhirnya ditabulasikan. Kemudian akan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis, teknik analisisnya meliputi Statistical Product and Service Solutions (SPSS).

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data dengan Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuesioner yang disebar	100	100%
Kuesioner yang kembali	100	100%
Kuisisioner yang tidak kembali	0	0%
Kuesioner yang layak	100	100%

Sumber: data diolah 2021

4.1 Karakteristik Deskriptif Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini yaitu Perusahaan Elders Company dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. 100 kuesioner telah diberikan kepada responden dan sudah diisi secara lengkap dan benar sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

Karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai responden seperti dijelaskan pada tabel berikut ini.

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil pengelompokan data responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin tercantum pada Tabel 4.2

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	68	68.0
Perempuan	32	32.0
Total	100	100.0

Sumber: data diolah 2021

Dari data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.2 diatas, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 68 orang atau 68,0%, sedangkan jumlah responden terendah adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 32 orang atau 32,0%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah berjenis kelamin laki-laki karena Elders Company adalah perusahaan yang bergerak dibidang passion khususnya otomotif yang mana hal tersebut memang banyak digandrungi oleh laki-laki ketimbang perempuan, oleh karena itu yang bekerja di Elders Company didominasi oleh laki-laki.

4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Kategori responden berdasarkan usia terdiri dari empat kategori yang ditunjukkan pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3 Usia Responden

Usia	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
17-20 tahun	11	11.0
21-25 tahun	71	71.0
Diatas 25 tahun	18	18.0
Total	100	100.0

Sumber: data diolah 2021

Dari data karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel 4.3 diatas, maka jumlah responden terbesar adalah responden berusia 21-25 tahun yaitu sebanyak 71 orang atau 71,0%, sedangkan responden terendah pada usia 17-20 tahun sebanyak 11 orang atau 11,0%, dan pada posisi tengah yaitu responden usia diatas 25 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah berusia 21-25 tahun karena menggeluti dunia ini atau *skena* ini memang didominasi usia tersebut dan pada usia tersebut pula banyak fresh graduate yang berkontribusi pada Elders Company.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden. Untuk mengetahui suatu kuesioner dapat dikatakan valid maka nilai r hitung $>$ r tabel. Dalam penelitian ini, jumlah data yang dapat digunakan sebanyak 100 kuesioner,. Menurut Sujarweni (2015:158) menambahkan bahawa uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r

hitung dengan nilai r tabel, dengan jumlah sampel 100 dan tingkat signifikansi 0,05. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $R \text{ hitung} \geq R \text{ tabel}$, maka item pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika $R \text{ hitung} < R \text{ tabel}$, maka item pertanyaan tersebut tidak valid.

Penelitian ini menggunakan 100 responden untuk dijadikan sampel, dengan taraf signifikansi sebesar 5% sehingga didapatkan R tabel sebesar 0.195, berikut adalah hasil dari penelitian uji validitas, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Keterangan
Desain Produk (X1)	X1.1	0,721	0,195	Valid
	X1.2	0,791	0,195	Valid
	X1.3	0,846	0,195	Valid
	X1.4	0,756	0,195	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,566	0,195	Valid
	X2.2	0,766	0,195	Valid
	X2.3	0,791	0,195	Valid
	X2.4	0,842	0,195	Valid
Kinerja Operasional	X3.1	0,753	0,195	Valid

(Y)	X3.2	0,808	0,195	Valid
	X3.3	0,830	0,195	Valid
	X3.4	0,705	0,195	Valid

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai r hitung lebih dari atau sama dengan r tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item tersebut sudah valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Tiap item pernyataan dalam kuesioner, selain harus valid juga harus reliable. Reliabilitas adalah menyangkut tingkat kepercayaan, keterandalan, konsistensi, atau kestabilan hasil suatu pengukuran (Indrawati, 2015: 155). Menurut Sarwono (2008: 189) kriteria suatu instrumen reliabel jika nilai Alpha positif dan $> 0,6$.

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Desain Produk (X1)	0,642	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,797	Reliabel
Kinerja Operasional (Y)	0,806	Reliabel

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai Alpha positif dan $> 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bersifat reliable.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

Variabel Desain Produk diukur melalui 4 butir pertanyaan kuisioner yang hasil tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut.

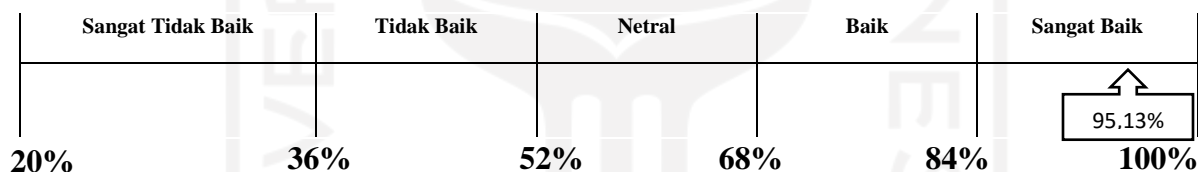
Persepsi Karyawan Terhadap Desain Produk (X1)									
NO	Item Pertanyaan	alternatif jawaban					SKOR TOTAL	SKOR IDEAL	KATEGORI
		STS	TS	N	S	SS			
		1	2	3	4	5			
1	item1	0	3	28	54	15	381	400	BAIK
persentase							95,25%	100%	
2	item2	0	10	15	49	26	391	400	BAIK
persentase							97,75%	100%	
3	item3	0	10	13	66	11	378	400	SANGAT BAIK
persentase							94,50%	100%	
4	item4	0	15	15	53	17	372	400	SANGAT BAIK

persentase							93,00%	100%		
							rata - rata skor	381	500	SANGAT BAIK
							rata - rata persentase	95,13%	100%	

Tabel 4.6 Desain Produk

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan Hasil rata-rata skor pada Tabel 4.6 terdapat skor rata – rata yaitu 381 dari skor ideal 500. Apabila dipersentasekan dengan membagi skor total dengan skor ideal lalu dikalikan 100% maka persentasenya adalah 95,13%. Secara garis kontinum, dapat dilihat pada Gambar 4.1 dibawah



Gambar 4. 1 Garis Kontinum Variabel Desain Produk

Sumber: data diolah 2021

Pada Gambar 4.1 dapat dilihat tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel Desain Produk dengan persentase yang berada diantara 84% dan 100% sehingga dapat dikatakan baik. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi karyawan terhadap desain produk secara keseluruhan sangat baik.

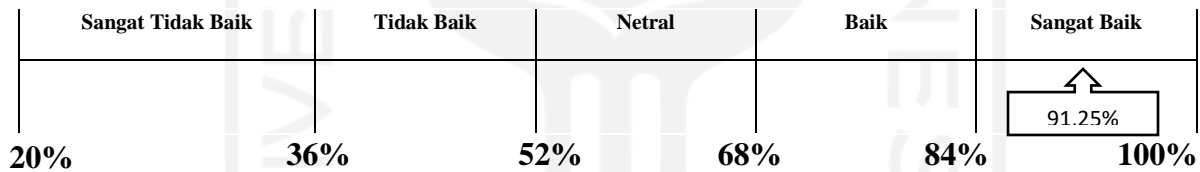
Tabel 4.7 Kualitas Produk

Persepsi Karyawan Terhadap Kualitas Produk (X2)									
NO	Item Pertanyaan	alternatif jawaban					SKOR TOTAL	SKOR IDEAL	KATEGORI
		STS	TS	N	S	SS			
		1	2	3	4	5			
1	item1	0	6	23	59	12	377	400	BAIK
persentase							94,25%	100%	
2	item2	1	13	19	54	13	365	400	BAIK
persentase							91,25%	100%	
3	item3	1	11	24	57	7	358	400	SANGAT BAIK
persentase							89,50%	100%	
4	item4	2	13	20	53	12	360	400	SANGAT BAIK
persentase							90,00%	100%	
					rata - rata skor		365	500	

	rata - rata persentase	91,25%	100%	SANGAT BAIK
--	------------------------	--------	------	-------------

Sumber: data diolah 2021

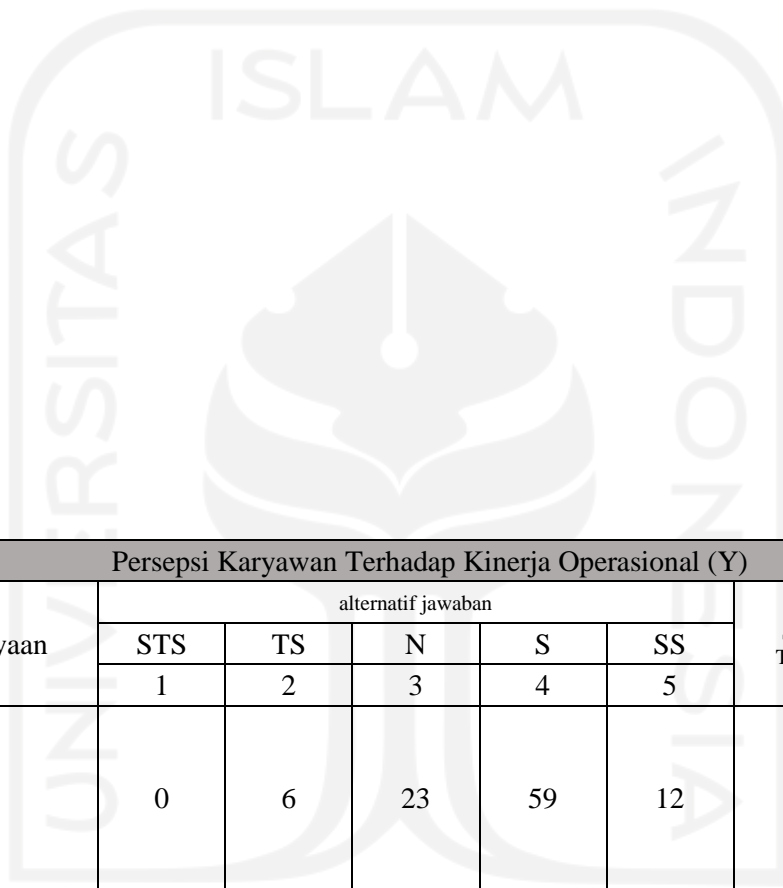
Berdasarkan Hasil rata-rata skor pada Tabel 4.7 terdapat skor rata – rata yaitu 365 dari skor ideal 500. Dan apabila dipersentasekan dengan membagi skor total dengan skor ideal lalu dikalikan 100% maka persentasenya sebesar 91,25%. Secara garis kontinum, dapat dilihat pada Gambar 4.2 dibawah.



Gambar 4. 2 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk

Sumber: data diolah 2021

Pada Gambar 4.2 dapat dilihat tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel kualitas produk dengan persentase yang juga berada diantara 84% dan 100% sehingga dapat dikatakan sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi karyawan terhadap kualitas produk Elders company yang sangat baik.



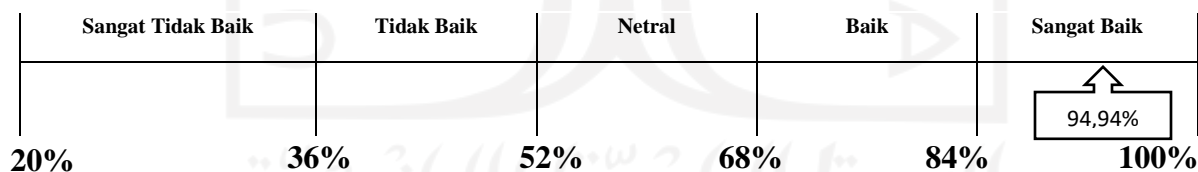
Persepsi Karyawan Terhadap Kinerja Operasional (Y)									
NO	Item Pertanyaan	alternatif jawaban					SKOR TOTAL	SKOR IDEAL	KATEGORI
		STS	TS	N	S	SS			
		1	2	3	4	5			
1	item1	0	6	23	59	12	377	400	BAIK
persentase							94,25%	100%	
2	item2	2	1	26	48	23	389	400	BAIK
persentase							97,25%	100%	
3	item3	2	5	25	51	17	376	400	SANGAT BAIK

persentase							94,00%	100%		
4	item4	0	13	16	52	19	377	400	SANGAT BAIK	
persentase							94,25%	100%		
							rata - rata skor	380	500	SANGAT BAIK
							rata - rata persentase	94,94%	100%	SANGAT BAIK

Tabel 4.8 Kinerja Operasional

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan Hasil rata-rata skor pada Tabel 4.8 terdapat skor rata – rata yaitu 380 dari skor ideal 500. Dan apabila dipersentasekan dengan membagi skor total dengan skor ideal lalu dikalikan 100% maka persentasenya sebesar 94,94%. Secara garis kontinum, dapat dilihat pada Gambar 4.3 dibawah.



Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Kinerja Operasional

Sumber: data diolah 2021

Pada Gambar 4.3 dapat dilihat tanggapan responden secara keseluruhan terhadap variabel modal sosial dengan persentase yang juga berada diantara 84% dan 100%

sehingga dapat dikatakan sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi karyawan mengenai kinerja operasional yang dijalankan selama ini sangat baik.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model analisis regresi yang bagus hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Distribusi data normal, apabila nilai probability $> 0,05$. Berikut adalah hasil dari uji normalitas :

Tabel 4.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,39242122

Most Extreme Differences	Absolute Positive	,123
	Negative	-,123
Test Statistic		,123
Asymp. Sig. (2-tailed)		,427

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui Asymp. Sig sebesar 0.427 dan nilai Sig > 0.05. Dengan demikian dari kedua hasil diatas dapat diambil kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas digunakan Variance Inflation Factor (VIF). Data penelitian dinyatakan bebas multikolinieritas apabila $VIF < 10$.

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,932	1,930		4,110	,000					

Desain_Produk	,176	,047	,355	3,781	,000	,360	,358	,354	,998	1,002
Kualitas_Produk	,137	,095	,136	1,449	,150	,151	,146	,136	,998	1,002

a. Dependent Variable: Kinerja_Operasional

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.10, dapat dilihat bahwa tolerance dan VIF dari variabel X1 adalah sebesar 0,998 dan 1,002 dan untuk variabel X2 adalah sebesar 0,998 dan 1,002. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinearitas yang artinya tidak ada korelasi diantara variabel-variabel bebas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut karena nilai tolerance berada di bawah 1 dan nilai VIF jauh dibawah angka 10.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan

menggunakan uji gletser, uji gletser adalah meregresikan antara variabel bebas dengan variabel residual absolute, dimana apabila nilai $p > 0,05$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,274	1,198		1,898	,061
	Desain_Produk	-,032	,029	-,111	-1,098	,275
	Kualitas_Produk	,037	,059	,063	,622	,535

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.11, diperoleh hasil signifikasi X1 sebesar 0,275 dan X2 sebesar 0,535 yang lebih besar dari 0,05 sehingga artinya tidak terjadi heterokedastisitas karena tingkat signifikasi lebih dari 0,05

4.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variable bebas dengan variabel terikat. Nilai R² terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,385 ^a	,148	,131	2,41696

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Desain_Produk

b. Dependent Variable: Kinerja_Operasional

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.12, diperoleh hasil bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,131 hal ini berarti desain produk dan kualitas produk mampu menjelaskan kinerja operasional sebesar 13,1%, setelah disesuaikan terhadap sampel dan variabel independen.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Tabel 4.13 Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,932	1,930		4,110	,000
	Desain_Produk	,176	,047	,355	3,781	,000
	Kualitas_Produk	,137	,095	,136	1,449	,150

a. Dependent Variable: Kinerja_Operasional

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,932 + 0,355 X_1 + 0,136 X_2$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Koefisien Konstanta = 7,932. Menunjukkan bahwa variabel Desain produk (X1) dan Kualitas produk (X2) tidak berubah atau tetap, maka arah perubahan variabel kinerja operasional, akan meningkat atau positif.
2. Koefisien variabel desain produk (X1) sebesar 0,355 berarti setiap kenaikan variabel desain produk sebesar 1 satuan, maka kinerja operasional akan naik sebesar 0,355 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. Koefisien variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,136 berarti setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar 1 satuan, maka kinerja operasional akan naik sebesar 0,136 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

4.6.2 Uji T

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t. Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan hipotesa penelitian ini sebagai berikut :

4.6.2.1 Pengaruh desain Produk terhadap Kinerja Operasional

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah desain produk berpengaruh terhadap kinerja operasional. Hal ini dikarenakan pengaruh desain produk terhadap kinerja operasional memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,355 juga mendukung bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

4.6.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kinerja Operasional

Hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja operasional. Hal ini dikarenakan pengaruh kualitas produk terhadap kinerja operasional memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Nilai koefisien yang positif sebesar

0,136 juga mendukung bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

4.6.3 Uji F

Tabel 4.14 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98,746	2	49,373	8,452	,000 ^b
	Residual	566,644	97	5,842		
	Total	665,390	99			

a. Dependent Variable: Kinerja_Operasional

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Desain_Produk

Sumber: data diolah 2021

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah desain produk dan kualitas produk secara bersama sama berpengaruh terhadap kinerja operasional. Hal ini dikarenakan pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap kinerja operasional memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja operasional.

4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Dari keseluruhan analisis yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian seperti dalam tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hipotesis	Keterangan
H1	Desain produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional.	Terbukti
H2	Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional.	Terbukti
H3	Desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional.	Terbukti

4.8 Pembahasan

1. Desain produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional.

Desain produk merupakan salah satu unsur yang berguna untuk memajukan industry agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik. Pada Elders Company, desain produk yang diterapkan yaitu memosisikan dengan jelas desain original berupa sarung

tangan dengan desain yang berbeda dari kompetitor lainnya, desain apparel yang memiliki ciri khas sendiri serta desain frame (chasis) chopperland yang di miliki oleh Presiden kita Bapak Jokowi memiliki originalitas desain tersendiri. Dengan ciri khas yang menonjol maka akan memudahkan konsumen mengidentifikasi barang yang baik Elders Company.

Selanjutnya adalah mengenai hasil dari analisis deskriptif. Pada literasi variabel Desain produk menunjukkan hasil yang sangat baik dimana artinya terdapat kesadaran dari karyawan Elders Company terkait Desain produk. Namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti indikator mengenai desain yang up to date dan mengikuti trend adalah yang paling rendah. Hal ini sesuai dengan latar belakang bahwa Elders Company bergerak dibidang passion dimana mereka focus pada para penggiat hobi bermotor dengan gaya yang retro classic, jadi wajar saja jika pada point ini memang desain-desain yang dihasilkan Elders Company memang berfokus pada branding mereka yang classic retro bukan mengikuti trend yang berkembang saat ini. Sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam pertumbuhan pangsa pasar dan laba, perencanaan serta pengimplementasian desain produk tidak lepas dari pengendalian dan pengawasan manajemen Elders Company. Selain perencanaan yang baik yang dapat dilihat dari rancangan kemasan produk, perencanaan harga, dan promosi, Elders Company juga memperhatikan, bagaimana produk memberi manfaat bagi

konsumen, juga bagaimana menanggapi persaingan dengan kecenderungan plagiarisme yang dilakukan pesaing.

Untuk melihat pengaruh Desain Produk terhadap Kinerja Operasional dapat dilihat dari indikator-indikator yang mempengaruhinya. Seperti contoh pada pengujian-pengujian pada bab ini hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah desain produk berpengaruh terhadap kinerja operasional. Hal ini dikarenakan pengaruh desain produk terhadap kinerja operasional memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,355 juga mendukung bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

2. Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional

Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan SPSS diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap Kinerja operasional pada produk Elders Company. Tingginya nilai Kualitas Produk yang diberikan oleh Elders Company memberikan Kinerja operasional yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa Elders Company memiliki daya tahan, jaminan, dan kualitas bahan yang dapat memberikan dampak yang positif terhadap kinerja operasional, dimana kualitas produk tersebut mampu dalam memperagakan fungsinya, maupun atribut produk lainnya.

Hal ini terbukti pada hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja operasional. Hal ini dikarenakan pengaruh kualitas produk terhadap kinerja operasional memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,136 juga mendukung bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional. Didukung dengan teori Kotler and Armstrong (2003) yang menyatakan bahwa sesuai dengan konsep produk, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas produk terbaik, kinerja yang baik, dan sifat yang baik, serta organisasi harus mencurahkan tenaganya untuk melakukan perbaikan produk secara terus menerus. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil lebih dari apa yang diharapkan konsumen.

Selanjutnya adalah mengenai hasil dari analisis deskriptif. Pada literasi variabel Kualitas produk, menunjukkan hasil yang sangat baik dimana artinya terdapat kesadaran dari karyawan Elders Company terkait kualitas produk. Namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti indikator mengenai produknya dapat kemudahan akses adalah yang paling rendah walaupun masih nilai lingkup yang baik. Hal ini cukup wajar, karena produk-produk yang dipasarkan oleh Elders Company tidak hanya untuk pasar di wilayah Jakarta saja, namun seluruh dunia. Jadi jika ingin melakukan akses perbaikan memang tidak terlalu mudah untuk konsumen yang berada di luar Jakarta dan responden menyadari akan hal tersebut.

3. Desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja operasional.

Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan SPSS diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Desain Produk dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan positif secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Elders Company. Dalam analisis deskriptif pada indikator mampu meminimalisir kegagalan produk memiliki nilai yang paling rendah, dengan begitu dapat diketahui bahwa responden menyadari hal itu, sesuai pada latar belakang bahwa memperbaiki produk dan meningkatkan kinerja agar memenuhi harapan konsumen dan memberikan kepuasan yang lebih optimal. Namun pada analisis deskriptif nilainya tidak terlalu signifikan dan masih dalam kategori sangat baik.

Hal ini menunjukkan bahwa Elders Company memperhatikan tingkat kinerja operasional yang tinggi berdasarkan indikator mutu, desain produk, kualitas produk, harapan, dan harga yang diberikan memberikan dampak signifikan yang positif terhadap kinerja operasional.

Hal ini terbukti pada table 4.14 dimana hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah desain produk dan kualitas produk secara bersama sama berpengaruh terhadap kinerja operasional. Hal ini dikarenakan pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap kinerja operasional memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat

disimpulkan terdapat pengaruh desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja operasional.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan dalam penelitian baik secara deskriptif maupun statistik dengan dibantu oleh program SPSS maka dapat ditarik kesimpulan dan saran dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh yang positif terkait desain Produk yang diterapkan di Elders Company termasuk dalam klasifikasi baik, ini dikarenakan oleh original, keunikan desain, superioritas desain, dan harga yang ditawarkan sudah diperhatikan dengan baik.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kinerja operasional Elders Company. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk, maka semakin tinggi kinerja operasional.
3. Desain produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional. Hal ini berarti semakin baik desain produk dan kualitas produk, maka semakin tinggi kinerja operasional.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang sudah diketahui, maka penulis memberikan saran kepada Elders Company :

1. Berdasarkan hasil data penelitian desain produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Hal ini mampu dijelaskan dalam penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada Elders Company. Dari hasil tersebut produsen hendaknya terus meningkatkan dan mempertahankan desain produk seperti melakukan riset pasar dan meminta masukan-masukan dari konsumen terkait dengan desain produk yang sudah ada atau yang akan dihasilkan. Karena dengan begitu bisa mengetahui apa yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan.
2. Berdasarkan hasil data penelitian kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Hal ini mampu dijelaskan dalam penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada Elders Company. Dari hasil tersebut, perlu lebih meningkatkan kualitas produk, seperti daya tahan produk dan bahan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodelogy Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:Aswaja Pressindo
- Abdul, Kadir. 2001. *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Amstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Assauri, S. (2004) *Manajemen Produksi dan Operasi*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia : . Jakarta
- Callystha Prayhoego Devie (2013). *Analisa Pengaruh Total Quality Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan*. Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
- Chase, F. R. (2005) *Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan*. Salemba Empat.
- Carton, R.B., & Hofer, C.W. (2006) *Measuring Organizational Performance : Metrics Fo Entrepreneurship and Strategic Management Research*. Northampton, MA : Edward Elgar
- Daft (2010) *Era Baru Manajmen*. Jilid 1. Edisi ke Sembilan Salemba Empat. Jakarta
- Darmawan, D. (2014). *Inovasi Pendidikan Pendekatan Praktik Teknologi Multimedia Dan Pembelajaran Online*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Dede Suryadi. "Elders Garage, Melambung Setelah Memodifikasi Motor Pesanan Jokowi" April 22, 2018 <https://swa.co.id/swa/profile/profile-entrepreneur/elders-garage-melambung-setelah-memodifikasi-motor-pesanan-jokowi>

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, David L. & Davis Stanley M. (1994) *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness (Merrill's international series in engineering technology)*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- Gusviany Ayu Murti, 2018. *Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*. Penerbit Universitas Islam Indonesia
- Handoko, T. H. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Heizer dan Render. (2009). *Manajemen Operasi*. Buku 2. Edisi 9. (Diterjemahkan oleh: Sungkono, C.), Salemba Empat: Jakarta.
- Indrawati. (2015). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis*
- Jahanshahi, et al. (2012) *Analyzing the Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance: Evidence From Small and Medium Enterprises*. African Journal of Business Management. Vol. 6(15) Page. 6486-6496
- Jennings, P. L., and Beaver G. 1997, "The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective", *International Small Business Journal*, 15, (2), Pp. 63-75. Jan-March 1997
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstronng. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- Lenny et al., (2007). *The impact of supply chain management practies on performance of SMEs*. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), Page.103-124

- Melysa Elisabeth Pongoh 2013. *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado*. Universitas Sam Ratulangi Manado
- Mudra, I.W. (2010), *Desain Kemasan Produk*. Pelatihan Pembuatan Kemasan Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI Denpasar. 19-23 April 2010
- Prastyowibowo, Bagas. 1999. *Desain Produk Industri*. Yayasan Delapan Sepuluh: Bandung
- Richard L. Daft (2006). *Organizational Theory and Design*, Socio-Economic Panorama, vol. 24, no. 32, July 2006, p. 98-99 Talca . University
- Rizky Anandia 2015. *Analisa Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Rizky Valeo, Nugraha 2019. *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses Terhadap Kinerja Operasi Perusahaan Coffee Shop Di Yogyakarta*. Penerbit Universitas Islam Indonesia
- Robbins, Stephen,P (1996), *Perilaku Organisasi Jilid II*, Alih Bahasa Hadayana Pujaatmaka, Prenhalindo, Jakarta
- Sarwono. 2008. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan UNISRI Di Surakarta*. Tesis Program Studi Magister Manajemen. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Tahid, Nurcahyanie, S. D., & Yulia. (2007). *Konsep Teknologi dalam Produk Industri*. Jakarta: Kencana.

Terziovski, M., and Samson, D. (1999). *The link between total quality management*, 16(3), 1-18.

Tri Yudianto Bagaskara 2019. *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Woodenway*. Universitas Islam Indonesia

Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.

Yamit, Z. (2011). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UII.

Yuda Wardaya 2015. *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Chargecity Clothing Kota Kediri*. Badan Penerbit Universitas Nusantara. Kediri

<https://binus.ac.id/entrepreneur/2019/07/04/entrepreneur-harus-kreatif-mengapa/>

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/694395/rakornas-iccn-2020-dorong-ekosistem-ekonomi-kreatif-segera-bangkit>

LAMPIRAN

Lampiran A

KUESIONER PENELITIAN

Identitas Responden

Untuk kelengkapan data penelitian, kami mohon Bapak/Ibu mengisi data di bawah ini:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria/Wanita
3. Umur : Tahun

DESAIN PRODUK

Keterangan:

Bapak/Ibu cukup memberikan tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan saat ini. Indikator jawabannya yaitu:

Indikator				
Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Skor 5	Skor 4	Skor 3	Skor 2	Skor 1

DESAIN PRODUK (X1)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Model desain produk Elders memiliki gaya menarik	1	2	3	4	5
2	Desain produk Elders memenuhi harapan konsumen	1	2	3	4	5
3	Bentuk produk Elders sangat bagus	1	2	3	4	5

4	Desain produk Elders <i>up to date</i> dan mengikuti trend	1	2	3	4	5
---	--	---	---	---	---	---

KUALITAS PRODUK (X2)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Produk Elders memiliki daya tahan produk yang awet	1	2	3	4	5
2	Produk Elders memiliki tingkat kehandalan yang baik	1	2	3	4	5
3	Produk Elders mudah dalam menggunakan akses perbaikan	1	2	3	4	5
4	Perawatan/pemeliharaan produk Elders sangat mudah	1	2	3	4	5

KINERJA OPERASIONAL (Y)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Usaha kami memiliki ketepatan waktu dalam melakukan proses	1	2	3	4	5
2	Usaha kami memiliki tingkat produktifitas yang baik	1	2	3	4	5
3	Usahakami mampu meminimalisir tingkat kegagalan/kesalahan produk	1	2	3	4	5
4	Setiap produk yang kami keluarkan memiliki jaminan/garansi	1	2	3	4	5

Lampiran B
TABULASI DATA MENTAH

NO	Umur	Jenis Kelamin	Desain Produk (X1)					Kualitas Produk (X2)				
			item1	item2	item3	item4	total	item1	item2	item3	item4	total
1	>25 Tahun	Laki - Laki	4	3	4	4	28	4	4	2	4	14
2	17-20 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16
3	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
4	17-20 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	34	4	5	4	5	18
5	21-25 Tahun	Perempuan	3	4	4	4	30	4	3	3	3	13
6	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	3	4	4	4	15
7	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
8	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	4	5	4	36	4	2	3	2	11
9	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	3	4	29	4	3	4	3	14
10	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	3	3	3	27	4	3	4	3	14
11	>25 Tahun	Laki - Laki	3	2	3	2	22	4	4	3	4	15
12	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	3	4	35	4	5	4	5	18
13	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	5	31	4	5	5	5	19
14	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	3	4	4	30	4	2	4	2	12
15	21-25 Tahun	Laki - Laki	2	3	3	3	25	4	4	4	4	16
16	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	3	24	2	4	3	4	13
17	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	4	4	5	30	3	5	4	5	17
18	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	5	4	4	34	3	4	4	4	15
19	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	2	3	3	26	3	5	4	5	17
20	21-25 Tahun	Perempuan	3	4	4	4	28	4	4	4	4	16
21	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	40	5	4	4	4	17
22	>25 Tahun	Laki - Laki	4	3	4	5	31	4	4	5	4	17
23	>25 Tahun	Laki - Laki	3	5	4	2	28	4	4	4	4	16
24	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
25	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	40	5	4	5	4	18
26	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
27	>25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	3	30	3	3	3	3	12

28	17-20 Tahun	Perempuan	3	3	2	3	23	3	4	4	4	15
29	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	5	33	4	4	5	4	17
30	17-20 Tahun	Perempuan	4	3	3	4	26	4	4	4	4	16
31	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
32	21-25 Tahun	Laki - Laki	2	2	2	2	18	3	3	3	4	13
33	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	4	4	36	4	4	3	5	16
34	21-25 Tahun	Perempuan	3	4	4	2	27	4	4	4	4	16
35	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	2	2	2	17	3	3	3	3	12
36	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	5	5	37	5	5	4	4	18
37	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	4	25	3	3	3	3	12
38	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	3	29	4	3	4	2	13
39	21-25 Tahun	Perempuan	5	5	4	4	34	4	2	2	2	10
40	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
41	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	2	2	2	18	4	2	2	2	10
42	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
43	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	4	2	28	4	2	1	2	9
44	21-25 Tahun	Perempuan	3	4	4	4	30	4	4	4	3	15
45	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	31	3	2	2	2	9
46	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	32	2	2	2	2	8
47	21-25 Tahun	Perempuan	3	4	4	4	31	4	4	4	4	16
48	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
49	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	4	4	32	3	3	3	3	12
50	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	40	5	2	2	4	13
51	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	3	24	4	4	4	3	15
52	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	4	4	5	30	4	4	4	4	16
53	>25 Tahun	Laki - Laki	4	5	4	4	34	4	4	4	4	16
54	>25 Tahun	Laki - Laki	4	2	3	3	26	5	5	5	4	19
55	17-20 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	4	28	3	2	4	3	12
56	17-20 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	40	4	2	4	4	14
57	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	3	4	5	31	4	4	4	4	16
58	17-20 Tahun	Laki - Laki	3	5	4	2	28	2	5	3	1	11
59	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	3	4	4	4	15
60	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	40	3	4	3	4	14
61	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	4	3	4	4	15
62	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	3	30	5	5	5	5	20
63	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	2	3	23	5	4	3	4	16
64	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	5	33	2	4	4	4	14
65	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	3	3	4	26	4	4	4	4	16

66	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	4	5	4	3	16
67	21-25 Tahun	Laki - Laki	2	2	2	2	18	5	3	3	3	14
68	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	4	4	36	4	1	3	1	9
69	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	2	27	5	3	3	4	15
70	>25 Tahun	Laki - Laki	3	2	2	2	17	4	4	4	4	16
71	>25 Tahun	Laki - Laki	4	5	5	5	37	4	4	4	5	17
72	17-20 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	4	25	4	4	4	4	16
73	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	3	29	4	4	4	5	17
74	>25 Tahun	Laki - Laki	5	5	4	4	34	4	4	4	4	16
75	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	4	5	5	5	19
76	21-25 Tahun	Perempuan	3	2	2	2	18	4	4	3	4	15
77	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	32	3	3	3	3	12
78	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	4	2	28	4	2	3	3	12
79	21-25 Tahun	Perempuan	3	4	4	4	30	4	4	4	5	17
80	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	4	25	4	2	4	4	14
81	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	3	29	4	4	4	4	16
82	>25 Tahun	Laki - Laki	5	5	4	4	34	4	4	3	2	13
83	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	5	5	4	4	18
84	>25 Tahun	Laki - Laki	3	2	2	2	18	4	4	4	4	16
85	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	3	3	3	3	12
86	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	5	4	2	28	4	3	4	3	14
87	>25 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	4	30	3	3	3	3	12
88	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	31	2	4	4	5	15
89	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	2	2	2	2	8
90	>25 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	4	31	4	4	2	4	14
91	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	33	2	5	3	2	12
92	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	4	4	32	4	4	4	4	16
93	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	40	2	3	2	3	10
94	21-25 Tahun	Perempuan	3	4	4	3	24	3	3	4	3	13
95	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	4	4	5	30	2	4	2	2	10
96	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	4	4	34	2	4	4	2	12
97	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	2	3	23	4	4	4	4	16
98	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	5	33	4	4	4	4	16
99	21-25 Tahun	Perempuan	4	3	3	4	26	3	3	3	3	12
100	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	32	4	4	2	4	14

NO	Umur	Jenis Kelamin	Kinerja Operasional (Y)				Total Skor
			item1	item2	item3	item4	
1	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	3	4	15
2	17-20 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
3	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
4	17-20 Tahun	Perempuan	4	5	4	4	17
5	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
6	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
7	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
8	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	5	4	17
9	>25 Tahun	Laki - Laki	4	5	4	4	17
10	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	4	13
11	>25 Tahun	Laki - Laki	2	3	3	2	10
12	21-25 Tahun	Perempuan	4	3	3	2	12
13	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	5	5	4	17
14	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	4	4	4	17
15	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
16	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	1	1	4	10
17	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	3	4	4	15
18	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	5	3	4	16
19	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	5	3	2	13
20	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
21	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	20
22	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	5	2	15
23	>25 Tahun	Laki - Laki	5	5	4	2	16
24	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16

25	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	20
26	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	20
27	>25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	3	12
28	17-20 Tahun	Perempuan	3	3	3	3	12
29	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	5	17
30	17-20 Tahun	Perempuan	3	3	3	4	13
31	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
32	21-25 Tahun	Laki - Laki	2	4	3	4	13
33	21-25 Tahun	Perempuan	5	5	5	5	20
34	21-25 Tahun	Perempuan	3	3	3	3	12
35	21-25 Tahun	Laki - Laki	2	3	2	2	9
36	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	5	4	18
37	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	3	12
38	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	5	17
39	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
40	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	5	17
41	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	4	2	5	14
42	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
43	21-25 Tahun	Perempuan	3	3	4	4	14
44	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	3	15
45	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	3	15
46	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
47	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
48	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
49	21-25 Tahun	Perempuan	3	3	4	3	13
50	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	5	5	5	19
51	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	4	13
52	21-25 Tahun	Laki - Laki	2	3	3	2	10
53	>25 Tahun	Laki - Laki	4	3	3	2	12
54	>25 Tahun	Laki - Laki	3	5	5	4	17

55	17-20 Tahun	Laki - Laki	5	4	4	4	17
56	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
57	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	1	1	4	10
58	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	3	4	4	15
59	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	5	3	4	16
60	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	5	3	2	13
61	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
62	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	20
63	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	5	2	15
64	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	4	2	16
65	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
66	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	20
67	21-25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	20
68	21-25 Tahun	Perempuan	3	3	3	3	12
69	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	3	12
70	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	5	17
71	>25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	4	13
72	17-20 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
73	>25 Tahun	Laki - Laki	2	4	3	4	13
74	>25 Tahun	Laki - Laki	5	5	5	5	20
75	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	3	3	3	12
76	21-25 Tahun	Perempuan	2	3	2	2	9
77	21-25 Tahun	Perempuan	4	5	5	4	18
78	21-25 Tahun	Perempuan	3	3	3	3	12
79	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	5	17
80	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
81	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	5	17
82	>25 Tahun	Laki - Laki	3	4	2	5	14
83	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
84	>25 Tahun	Laki - Laki	3	3	4	4	14

85	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	3	15
86	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	3	15
87	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
88	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
89	>25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
90	>25 Tahun	Laki - Laki	3	3	4	3	13
91	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	5	5	5	19
92	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	2	4	14
93	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	4	4	4	16
94	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
95	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	5	4	5	18
96	21-25 Tahun	Perempuan	4	3	3	3	13
97	21-25 Tahun	Laki - Laki	3	4	4	4	15
98	21-25 Tahun	Perempuan	4	4	4	4	16
99	21-25 Tahun	Perempuan	4	2	3	2	11
100	21-25 Tahun	Laki - Laki	4	3	4	3	14

Lampiran C

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	68	68.0
Perempuan	32	32.0
Total	100	100.0

2. USIA RESPONDEN

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
17-20 tahun	11	11.0
21-25 tahun	71	71.0
Diatas 25 tahun	18	18.0
Total	100	100.0

Lampiran D

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Variabel Desain produk

Correlations

		item_1	Item_2	item_3	Item_4	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	,550**	,632**	,558**	,721**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	,550**	1	,799**	,395**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,632**	,799**	1	,565**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	,558**	,395**	,565**	1	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	,721**	,791**	,846**	,756**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,642	5

2. Variabel Kualitas Produk

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	,112	,313**	,338**	,566**
	Sig. (2-tailed)		,266	,002	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,112	1	,523**	,588**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,266		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,313**	,523**	1	,532**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	,338**	,588**	,532**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	,566**	,766**	,791**	,842**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	5

3. Variabel Kinerja Operasional

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	,449**	,546**	,403**	,753**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,449**	1	,672**	,377**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,546**	,672**	1	,353**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	,403**	,377**	,353**	1	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	,753**	,808**	,830**	,705**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	5

Lampiran E

UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,39242122
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,052
	Negative	-,123
Test Statistic		,123
Asymp. Sig. (2-tailed)		,427

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors Significance Correction.

2. UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
		1	(Constant)	7,932			1,930		4,110	,000	
	Desain_Produk	,176	,047	,355	3,781	,000	,360	,358	,354	,998	1,002
	Kualitas_Produk	,137	,095	,136	1,449	,150	,151	,146	,136	,998	1,002

a. Dependent Variable: Kinerja_Operasional

3. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,274	1,198		1,898	,061
	Desain_Produk	-,032	,029	-,111	-1,098	,275
	Kualitas_Produk	,037	,059	,063	,622	,535

a. Dependent Variable: Abs_RES

4. UJI REGRESI LINEAR

Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,385 ^a	,148	,131	2,41696

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Desain_Produk

b. Dependent Variable: Kinerja_Operasional

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98,746	2	49,373	8,452	,000 ^b
	Residual	566,644	97	5,842		
	Total	665,390	99			

a. Dependent Variable: Kinerja_Operasional

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Desain_Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,932	1,930		4,110	,000
	Desain_Produk	,176	,047	,355	3,781	,000
	Kualitas_Produk	,137	,095	,136	1,449	,150

a. Dependent Variable: Kinerja_Operasional