



Analisis Pengaruh Inovasi, Kualitas, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sibaya di PT Gama Inovasi Berdikari

Ergilia Nur Cholifah

20032010051@student.upnjatim.ac.id

Joumil Aidil SZS

joumilaidils19@gmail.com

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, UPN “Veteran” Jawa Timur

Abstract Purchasing decisions are the thoughts that arise in an individual after comparing the perceptions of several components of a product with their expectations. The purpose of this research is to determine the implementation of Total Quality Management in enhancing the purchasing decisions of SIBAYA products at PT. Gama Inovasi Berdikari. This study involved 30 respondents, specifically individuals who visited the PT. Gama Inovasi Berdikari booth and were interested in SIBAYA products. The data collection method employed was the use of a questionnaire, and the gathered data were processed using SPSS software. The data analysis results revealed a significant influence of Total Quality Management (TQM) on purchasing decisions, contributing to a 79.2% impact on the purchasing decisions of SIBAYA products. The multiple linear regression equation obtained is $Y = -2.632 + 0.218X_1 + 0.005X_2 - 0.442X_3 + 0.463X_4$.

Keywords: Purchasing Decision, Total Quality Management, SPSS

Abstrak Keputusan pembelian adalah pemikiran seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi beberapa komponen suatu produk dengan harapan-harapannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan Total Quality Management dalam meningkatkan keputusan pembelian produk SIBAYA pada PT. Gama Inovasi Berdikari. Penelitian ini menggunakan 30 responden. Yang menjadi responden adalah orang-orang yang berkunjung ke stand PT. Gama Inovasi Berdikari dan tertarik pada produk SIBAYA. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Data yang didapat kemudian diolah menggunakan software SPSS. Hasil pengolahan data didapatkan pengaruh yang signifikan antara Total Quality Management (TQM) terhadap keputusan pembelian dan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 79,2% pada keputusan pembelian produk SIBAYA. Diperoleh juga persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = -2,632 + 0,218X_1 + 0,005X_2 - 0,442X_3 + 0,463X_4$.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Total Quality Management, SPSS

PENDAHULUAN

Perubahan sangat cepat dan penuh ketidakpastian terjadi pada revolusi industri 4.0. Revolusi industri ini menyebabkan perkembangan industri kreatif memiliki persaingan yang sangat ketat. Industri kreatif merupakan suatu kegiatan usaha yang berfokus pada kreasi dan inovasi. Potensi bisnis di bidang industri kreatif masih terbuka luas untuk digarap pelaku usaha di Indonesia (Heryani dkk, 2020). Salah satunya contoh industri kreatif yaitu board game yang dituntut untuk dapat bersaing dalam memenuhi keinginan pelanggan dan untuk menarik calon pelanggan untuk membeli. Adapun beberapa faktor yang perlu ditingkatkan produk board game yaitu inovasi, kualitas, harga, dan citra merek agar dapat menarik customer untuk membeli produk SIBAYA (Djafri dkk, 2017)

PT Gama Inovasi Berdikari bersama dengan Pusat Studi Kebudayaan Universitas Gadjah Mada (UGM) mempersembahkan inovasi board game sebagai media pembelajaran berupa permainan anak yang diberi nama SIBAYA. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk mengenalkan Bahasa serta kebudayaan Jawa pada generasi muda agar tidak hilang begitu saja. SIBAYA merupakan singkatan dari Sinau Basa lan Budaya. Produk ini hadir sebagai board game edukatif bagi anak-anak sekolah dasar sebagai upaya pengimplementasian fatwa Ki Hadjar Dewantara, yakni ngerti-ngerasa-nglakoni.

Selain itu, SIBAYA menjadi papan permainan berbahasa Jawa yang dapat digunakan sebagai media pembelajaran muatan lokal di sekolah-sekolah. Konsep SIBAYA mengadopsi konsep permainan papan ular tangga yang disertai dengan 100 kartu pertanyaan memuat penguasaan bahasa, tingkat tutur, kesusastraan, kesenian, serta adab sopan santun. Selain itu, dalam paket produk SIBAYA terdapat buku panduan tiga bahasa, yakni Indonesia-Jawa-Inggris beserta kunci jawaban, yang memudahkan user yang menggunakan board game SIBAYA saat bermain.

Banyaknya jenis board game yang terus berkembang sampai dengan saat ini dan menyebar ke berbagai negara. Contohnya seperti catur, ludo, dan monopoli. Board game menjadi salah satu permainan edukatif untuk anak sehingga anak tidak bergantung pada gadget sebagai media permainan. Di Indonesia board game dikenal dengan sebutan permainan papan. Board game merupakan permainan lintas usia yang berarti board game tidak hanya dapat dimainkan oleh anak-anak melainkan orang dewasa pun dapat memainkannya. Board game merupakan permainan dengan menggunakan media papan. Board game sudah dimainkan sejak 3.500 tahun sebelum Masehi di peradaban Mesir Kuno. Board game terus berkembang sampai dengan saat ini. Hal tersebut menyebabkan board game SIBAYA sulit bersaing dikarenakan faktor-faktor pada produk SIBAYA yang kurang kompetitif dibandingkan board game lain. Beberapa faktor ini akan dijadikan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Beberapa faktornya yaitu: pertama inovasi produk SIBAYA yang dibuat menjadi papan permainan edukatif berbahasa Jawa yang belum dapat menarik minat customer secara general. Kedua kualitas produk papan SIBAYA masih terbuat dari papan tripleks, namun memiliki harga yang sangat tinggi dibandingkan kompetitor board game lain, sudah menggunakan magnetik dengan harga yang terjangkau (Sulistiyowati dkk, 2009). Serta citra merek SIBAYA masih terbatas, hanya dikenal masyarakat wilayah D.I. Yogyakarta dan Jawa Tengah. Oleh karena itu SIBAYA harus memiliki beberapa komponen yang dapat meningkatkan keputusan pelanggan untuk membeli (Heryani dkk, 2020). Ketidakmampuan SIBAYA dalam bersaing, akan sangat berdampak pada finansial PT Gama Inovasi Berdikari, dikarenakan SIBAYA merupakan salah satu startup investment-nya.

Berdasarkan permasalahan tersebut cara yang digunakan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian produk SIBAYA dengan menerapkan Total Quality Management (TQM). Tujuan diterapkannya Total Quality Management (TQM) adalah untuk menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan pasar sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian (Saril, 2019). Cara untuk menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar yaitu dengan meningkatkan beberapa komponen yang telah disebutkan di paragraf sebelumnya. Dengan mengetahui keinginan calon pelanggan, pihak manajemen akan dapat dengan mudah untuk meningkatkan penjualan produk SIBAYA dengan menganalisis keputusan pembelian customer (Sari, 2019). Sementara itu, keputusan pembelian tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi, dengan adanya perbaikan produk SIBAYA dari implementasi Total Quality Management (TQM).

METODE

Adapun metode yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif yang dimana menghubungkan antar variabel dan menguji teori yang ada dengan *Total Quality Management* dan kemudian dianalisis secara statistik yang merupakan sekumpulan cara dan aturan tentang pengumpulan, pengolahan, analisis, serta penafsiran data yang terdiri dari angka-angka. Angka-angka tersebut akan dilakukan pengujian secara bertahap untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel independen. Analisis data dilakukan dengan beberapa pengujian secara bertahap yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran yang merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel independen sebagai faktor predictor manipulasi. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

4. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dengan hipotesis yang ada sebagai berikut :

- a. Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ dengan nilai probabilitas $T_{hitung} > 0,05$, maka H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Total Quality Management* (TQM) terhadap keputusan pembelian.
- b. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai probabilitas $T_{hitung} < 0,05$, maka H_0 Ditolak, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Total Quality Management* (TQM) terhadap keputusan pembelian.

5. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan F_{tabel} dengan nilai F_{hitung} . Kriteria pengambilan keputusan Uji F adalah $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ jadi H_0 diterima dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ jadi H_0 ditolak

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner kepada 30 responden yang mengunjungi *stand* PT. Gama Inovasi Berdikari, saat *event* berlangsung. Berikut adalah data hasil kuesioner sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Kuesioner Data Keunikan Inovasi Produk SIBAYA

Data Keunikan Inovasi Produk SIBAYA (X1)				
No	No Item			Total
	1	2	3	

1	3	4	3	10
2	4	4	3	11
3	3	4	3	10
4	2	3	1	6
5	3	4	2	9
6	3	4	3	10
7	4	5	3	12
8	3	4	3	10
9	3	4	3	10
10	2	3	1	6
11	4	5	3	12
12	3	5	4	12
13	5	4	4	13
14	5	5	3	13
15	3	4	3	10
16	3	5	3	11
17	2	4	2	8
18	3	4	2	9
19	4	5	4	13
20	4	5	2	11
21	3	4	2	9
22	3	3	1	7
23	3	4	3	10
24	3	5	2	10
25	2	4	2	8
26	4	4	2	10
27	3	3	2	8
28	4	5	3	12
29	3	4	3	10
30	3	4	2	9

Tabel 2. Hasil Kuesioner Data Kepuasan Kualitas Produk SIBAYA

Data Kepuasan Kualitas Produk SIBAYA (X2)				
No	No Item			Total
	1	2	3	
1	3	4	3	10
2	2	3	3	8
3	5	4	4	13
4	2	3	3	8
5	2	2	3	7
6	2	4	3	9
7	4	3	4	11
8	5	4	5	14

9	3	5	4	12
10	1	3	3	7
11	5	2	4	11
12	5	5	4	14
13	3	4	4	11
14	5	4	5	14
15	4	4	4	12
16	5	5	4	14
17	1	2	3	6
18	3	4	4	11
19	5	3	5	13
20	4	5	5	14
21	2	3	3	8
22	3	2	2	7
23	3	3	4	10
24	2	3	3	8
25	3	4	4	11
26	2	3	3	8
27	4	4	4	12
28	4	5	5	14
29	2	4	3	9
30	2	3	3	8

Tabel 3. Hasil Kuesioner Data Kelayakan Harga Produk SIBAYA

Data Kelayakan Harga Produk SIBAYA (X3)				
No	No Item			Total
	1	2	3	
1	3	4	2	9
2	4	2	4	10
3	2	3	4	9
4	1	2	2	5
5	1	2	3	6
6	2	4	4	10
7	3	2	3	8
8	2	4	3	9
9	4	3	4	11
10	1	1	2	4
11	4	2	4	10
12	2	5	4	11
13	3	5	3	11
14	3	5	5	13
15	2	3	2	7
16	2	4	4	10

17	1	2	2	5
18	2	2	3	7
19	5	3	4	12
20	2	3	4	9
21	1	2	4	7
22	2	3	3	8
23	2	3	4	9
24	2	2	4	8
25	1	3	3	7
26	2	2	4	8
27	2	4	3	9
28	2	5	5	12
29	2	4	2	8
30	4	3	3	10

Tabel 4. Hasil Kuesioner Data Pengaruh Citra Merek Produk SIBAYA

Data Pengaruh Citra Merek Produk SIBAYA (X4)				
No	No Item			Total
	1	2	3	
1	3	2	4	9
2	3	3	4	10
3	4	5	4	13
4	2	2	2	6
5	2	2	2	6
6	3	4	2	9
7	3	4	4	11
8	5	4	4	13
9	3	3	3	9
10	2	2	2	6
11	2	2	4	8
12	5	4	5	14
13	5	4	4	13
14	4	5	5	14
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	2	2	2	6
18	2	2	2	6
19	5	5	3	13
20	4	5	5	14
21	2	2	1	5
22	3	3	3	9
23	3	3	3	9
24	3	3	3	9
25	3	3	3	9

26	3	3	3	9
27	4	4	3	11
28	5	4	4	13
29	4	4	4	12
30	3	3	3	9

Tabel 5. Hasil Kuesioner Data Keputusan Pembelian Produk SIBAYA

Data Kuesioner Keputusan Pembelian SIBAYA (Y)				
No	No Item			Total
	1	2	3	
1	3	3	2	8
2	3	3	4	10
3	2	3	5	10
4	1	2	2	5
5	1	1	2	4
6	2	2	4	8
7	3	3	4	10
8	2	3	5	10
9	2	3	3	8
10	1	1	2	4
11	3	2	5	10
12	5	4	5	14
13	3	3	4	10
14	4	5	5	14
15	2	2	5	9
16	2	3	4	9
17	1	1	2	4
18	1	1	2	4
19	4	4	3	11
20	1	2	4	7
21	1	1	2	4
22	2	1	3	6
23	2	2	3	7
24	2	2	3	7
25	1	2	3	6
26	1	2	3	6
27	3	2	4	9
28	3	2	4	9
29	2	3	3	8
30	2	3	3	8

HASIL PENGUJIAN KUESIONER

Pada analisis data dilakukan beberapa pengolahan data menggunakan *software* SPSS dengan melakukan beberapa pengujian kualitas data dan pengujian hipotesis untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Uji Validitas

		Y
X1	Pearson Correlation	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2	Pearson Correlation	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X3	Pearson Correlation	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X4	Pearson Correlation	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

Gambar 1. Uji Validitas

Dari gambar 1. diatas didapatkan hasil *pearson correlation* untuk X1 sebesar 0,763; *pearson correlation* X2 sebesar 0,697; *pearson correlation* X3 sebesar 0,827; *pearson correlation* X4 sebesar 0,827. Hasil dapat dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel, dengan f tabel yang didapatkan yaitu sebesar 0,3061. Sehingga dari hasil diperoleh valid untuk seluruh variabel.

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Gambar 2. Case Processing Summary

Dari gambar 2. menunjukkan bahwa terdapat 30 item yang di uji dan dinyatakan 100 % ter proses untuk uji validitas.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	5

Gambar 3. Reliability Statistic

Dari gambar 3. diatas menunjukkan bahwa ada sebanyak 5 item variabel (X1, X2, X3, X4. Dan Y) yang di uji dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,928.

Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.632	1.381		-1.905	.068					
	X1	.218	.233	.152	.936	.358	.763	.184	.085	.317	3.155
	X2	.005	.161	-.005	-.034	.973	.697	-.007	-.003	.354	2.827
	X3	-.442	.210	.353	2.107	.045	.810	.388	.192	.296	3.375
	X4	.463	.163	.476	2.837	.009	.827	.494	.259	.295	3.385

a. Dependent Variable: Y

Gambar 4. Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan gambar 3.4 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -2,632 + 0,218X1 + 0,005X2 - 0,442X3 + 0,463X4$$

Jika (X1, X2, X3, dan X4) bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka keputusan pembelian produk SIBAYA akan bernilai negatif

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar -2,632 menyatakan bahwa jika keempat variabel bebas (X1, X2,X3,dan X4) bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka keputusan pembelian produk SIBAYA akan bernilai negatif
- b. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,218, artinya menunjukkan bahwa ketika aspek inovasi produk mengalami peningkatan, sementara variabel bebas lainnya (X2,X3, dan X4) konstan, maka keputusan pembelian produk SIBAYA akan meningkat sebesar 0,218 atau 21,8%.
- c. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,005 artinya menunjukkan bahwa ketika aspek kualitas produk mengalami peningkatan, sementara variabel bebas lainnya (X1,X3, dan X4) konstan, maka keputusan pembelian produk SIBAYA akan meningkat sebesar 0,005 atau 0,5%
- d. Nilai koefisien regresi X3 sebesar -0,442, artinya menunjukkan bahwa ketika aspek harga produk mengalami peningkatan, sementara variabel bebas lainnya (X1,X2, dan X4) konstan, maka keputusan pembelian produk SIBAYA akan menurun sebesar -0,442 atau 44,2%.
- e. Nilai koefisien regresi X4 sebesar 0,463, artinya menunjukkan bahwa ketika aspek citra merek mengalami peningkatan, sementara variabel bebas lainnya (X1,X2, dan X3) konstan, maka keputusan pembelian produk SIBAYA akan meningkat sebesar 0,463 atau 46,3%

Uji T (Parsial)

Coefficients ^a											
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.632	1.381		-1.905	.068					
	X1	.218	.233	.152	.936	.358	.763	.184	.085	.317	3.155
	X2	-.005	.161	-.005	-.034	.973	.697	-.007	-.003	.354	2.827
	X3	.442	.210	.353	2.107	.045	.810	.388	.192	.296	3.375
	X4	.463	.163	.476	2.837	.009	.827	.494	.259	.295	3.385

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5. Uji T (Parsial)

Dari gambar 5. didapatkan nilai Uji T untuk pengujian pada masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial sehingga didapatkan nilai pada uji T untuk X1

diperoleh T_{hitung} sebesar 0,936 sedangkan T_{tabel} sebesar 2,0484 dengan demikian $T_{hitung} 0,936 < T_{tabel} 2,0484$. Dikarenakan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ dengan nilai probabilitas $T_{hitung} > 0,05$, maka H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Kemudian pada X2 didapatkan juga nilai $T_{hitung} 0,034 < T_{tabel} 2,0484$, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Selanjutnya untuk X3 didapatkan nilai $T_{hitung} 2,107 > T_{tabel} 2,0484$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Terakhir pada citra merek (X4) didapatkan nilai $T_{hitung} 2,837 > T_{tabel} 2,0484$. Dikarenakan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai probabilitas $T_{hitung} < 0,05$, maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek (X4) terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji F (ANOVA)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.645	4	42.161	23.782	.000 ^b
	Residual	44.321	25	1.773		
	Total	212.967	29			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Gambar 6. Uji F (ANOVA)

Dari gambar 6. diatas, didapatkan hasil perhitungan nilai F_{hitung} sebesar 23,782. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Diketahui nilai F_{tabel} sebesar 2,76. Berdasarkan nilai pada tabel 1, diketahui nilai $F_{hitung} (23,782) > F_{tabel} (2,76)$, sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel TQM antara lain: inovasi (X1), kualitas (X2), harga (X3), dan citra merek (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) secara bersama sama (simultan).

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.890 ^a	.792	.759	1.331	.792	23.782	4	25	.000

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Gambar 7. Uji Koefisien Determinasi

Dari gambar 7. diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi atau R-Square sebesar 0,792 atau 79,2%. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi, kualitas, harga, dan citra merek memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA sebesar 79,2%, sedangkan sisanya sebesar 20,8% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Berdasarkan beberpaa pengujian, uji validitas inovasi produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga produk (X3), dan citra merek (X4) didapat nilai pearson correlation (r_{hitung}) dari X1 sebesar 0,763; X2 sebesar 0,697; X3 sebesar 0,827; X4 sebesar 0,827. Hasil tersebut dikatakan

valid karena nilai r hitung $> r$ tabel di mana nilai r tabel sebesar 0,361. Maka keseluruhan data yang diolah dinyatakan valid.

Pada uji reliabilitas menunjukkan bahwa terdapat 30 item yang di uji dan dinyatakan 100% terproses untuk uji reliabilitas. Kemudian berdasarkan tabel Reliability Statistics menunjukkan bahwa ada sebanyak 5 item variabel yang diuji dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,928. Maka data dikatakan reliabel atau dapat diandalkan dikarenakan memiliki Cronbach's Alpha $> 0,60$.

Pada tabel Coefficient hasil uji analisis regresi berganda, diperoleh nilai constant(a) dari X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 adalah sebesar -2,632. Nilai slope (b) untuk X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 secara berurutan adalah sebesar 0,218; 0,005; 0,442; dan 0,442. Sehingga diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut $Y = -2,632 + 0,218X_1 + 0,005X_2 - 0,442X_3 + 0,463X_4$ dimana karena P-value dari X_1 dan $X_4 > 0,05$ maka H_0 diterima sehingga tidak terdapat pengaruh signifikan antara keputusan pembelian dengan inovasi produk dan citra merek. Namun pada X_2 dan $X_3 < 0,05$ maka H_0 ditolak sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara keputusan pembelian dengan kualitas dan harga produk. Maka dapat dipastikan bahwa faktor yang lebih dominan terletak pada kualitas (X_2) dan harga (X_3) dibandingkan dengan inovasi (X_1) dan citra merek (X_4) yang kurang berpengaruh terhadap keputusan pembelian SIBAYA.

Pada tabel nilai uji T untuk pengujian pada masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial sehingga didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian SIBAYA

Didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 0,936 dan nilai signifikansi 0,358 dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,218. Koefisien regresi bernilai positif akan tetapi pada nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga pada penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh inovasi produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA (Y).

Oleh karena itu, masih diperlukan perbaikan pengembangan inovasi produk agar lebih menarik calon customer. Penyebabnya dapat berupa persaingan board game lain yang semakin inovatif. Maka disarankan SIBAYA untuk melihat kompetitor yang ada, dapat digunakan sebagai pembelajaran dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif, sehingga dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA.

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian SIBAYA

Didapatkan nilai t_{hitung} sebesar -0,034 dan nilai signifikansi 0,973 dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,005. Koefisien regresi bernilai positif akan tetapi pada nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga pada penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh kualitas produk (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA (Y).

Oleh karena itu, masih diperlukan peningkatan kualitas produk SIBAYA. Penyebabnya dapat berupa ketahanan atau kekuatan board game dibandingkan kompetitor. Maka disarankan SIBAYA untuk memberikan dapat mengupgrade bahan produk agar lebih tahan lama dan tidak mudah rusak. Contohnya dapat berupa upgrade dari papan triplek menjadi papan magnetik, nantinya akan menjadi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA.

3. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian SIBAYA

Didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,107 dan nilai signifikansi 0,045 dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,442. Dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai koefisien regresi yang bernilai negatif maka pada pengaruh harga produk (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA (Y).

4. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian SIBAYA

Didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,837 dan nilai signifikansi 0,009 dengan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,463. Dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai koefisien regresi yang bernilai positif maka pada pengaruh citra merek (X_4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA (Y).

Pada uji F bertujuan untuk mengetahui variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel. $F_{hitung} (23,782) > F_{tabel} (2,76)$, jadi probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($Sig < 0,05$), maka secara simultan inovasi (X_1), kualitas (X_2), harga (X_3), dan inovasi (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA (Y).

Pada uji koefisien determinasi R-Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang angka nol (0) dan satu (1). Dari hasil kuesioner didapatkan sebesar 0,792 yang mengindikasikan bahwa inovasi, kualitas, harga, dan citra merek secara bersama-sama menjelaskan sekitar 79,2% variasi dalam keputusan pembelian produk SIBAYA. Sisanya, sebesar 20,8%, dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor selain inovasi (X_1), kualitas (X_2), harga (X_3), dan citra merek (X_4) yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi t_{hitung} .

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penyelesaian tugas magang yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Total Quality Management (TQM) terhadap keputusan pembelian produk SIBAYA yang memberikan kontribusi pengaruh sebesar 79,2% PT. Gama Inovasi Berdikari. Diperoleh juga persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = -2,632 + 0,218X_1 + 0,005X_2 - 0,442X_3 + 0,463X_4$. Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk PT. Gama Inovasi Berdikari agar dapat meningkatkan keputusan pembelian produk SIBAYA.

DAFTAR PUSTAKA

- Djafri, N., & Rahmat, A. (2017). BUKU AJAR MANAJEMEN MUTU TERPADU. In Zahir Publishing.
- Heryani, H Legowo, A. N. I. (2020). Strategi Pengembangan Industri Kreatif untuk Inovasi. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 30(3), 290–298.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Saril, S. (2019). Total Quality Management (TQM) Sebagai Wujud Peningkatan Mutu Pendidikan. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 963–972.
- Sari, I. G. A. A. H., & Sudiartha, G. M. (2019). Pengendalian Kualitas Proses Produksi Kopi Arabika Pada UD. Cipta Lestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2495–2523.
- Sulistiyowati, W., & Khamim, M. (2009). BUKU AJAR TEKNIK PENGENDALIAN KUALITAS. In Fakultas Teknik. Universitas Wijaya Putra.