

# Pengaruh Desain Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Word of mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Pada Yanyan Silver Di Gianyar

I Wayan Gede Saputra <sup>(1)</sup>

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari <sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia

Email : gedesaputra191@gmail.com

Diterima: 10 April 2021	Direvisi: 11 April 2021	Disetujui: 13 April 2021
-------------------------	-------------------------	--------------------------

## ABSTRACT

*The importance of customers to buy company products to survive in the midst of intense competition, requires companies to always provide the best. The purpose of this study was to determine the effect of product design, service quality and word of mouth on purchasing decisions for silver handicrafts at Yanyan Silver in Gianyar, both rationally and simultaneously. The number of samples was 75 respondents using purposive sampling method. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis, it was found that product design, service quality and word of mouth had a positive and significant effect on purchasing decisions for silver handicrafts at Yanyan Silver in Gianyar, both rationally and simultaneously. The suggestion in this research is that companies implement strategies to improve purchasing decisions through product design factors, service quality and word of mouth.*

**Keywords:** *Product Design, Service Quality, Word Of Mouth, Purchase Decision*

## ABSTRAK

Pentingnya pelanggan untuk membeli produk perusahaan untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan, menuntut perusahaan untuk selalu memberikan yang terbaik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kerajinan perak pada Yanyan Silver di Gianyar secara pasial dan simultan. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 75 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa desain produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kerajinan perak pada Yanyan Silver di Gianyar secara pasial dan simultan. Saran dalam penelitian ini adalah agar perusahaan menerapkan strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui faktor desain produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth*.

**Kata Kunci :** *Desain Produk, Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian*

## Pendahuluan

Ketatnya persaingan usaha saat ini menuntut setiap perusahaan untuk selalu memberikan yang terbaik untuk para pelanggannya. Tuntutan ini harus mampu dijawab dan diberikan hasil nyata yang dapat menjamin pelanggan tidak beralih kepada produk lain. Jika perusahaan tidak dapat mempertahankan pelanggannya maka akan berakibat pada kemunduran perusahaan bahkan dapat mengalami kebangkrutan (A & Kusumajaya, 2011). Perusahaan yang tidak mampu mengimbangi kebutuhan pelanggan yang semakin kompleks akan tertinggal dan bahkan bisa mengakibatkan kebangkrutan (Suari et al., 2019).

Pelanggan akan selalu mencari yang terbaik untuk memenuhi kebutuhannya yang semakin hari semakin bertambah dan kompleks. Pelanggan selalu berharap agar produk-produk yang digunakan dapat memenuhi kebutuhannya bahkan melampauinya (Paoloe et al., 2016). Penilaian pelanggan yang telah menggunakan produk sangat berpengaruh pada keputusannya untuk melakukan pembelian kembali atau memilih berpindah ke produk lain yang sejenis. Keputusan ini akan sangat mempengaruhi perkembangan perusahaan untuk bertahan dengan para kompetitor lainnya (Lestari & Wirathi, 2016).

Keputusan pembelian produk perusahaan yang dilakukan oleh konsumen merupakan hal yang harus mampu diciptakan oleh perusahaan. Tanpa adanya keputusan untuk membeli produk oleh pelanggan, perusahaan akan mendapat berbagai kerugian yang dapat menjatuhkan daya saingnya. Pembelian yang dilakukan oleh pelanggan akan membantu perusahaan untuk berkembang dan dapat melakukan usahanya secara berkelanjutan. Dengan keputusan pembelian yang baik dari pelanggan, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya (Wahyuni et al., 2019).

Desain produk menjadi salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh kepada keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan. Desain yang menarik akan membuat pelanggan menjadi lebih antusias dan menjadi lebih tertarik untuk membeli produk yang bersangkutan. Produk yang didesain dengan baik akan memiliki ciri khas dan karakteristik yang berbeda dari produk sejenis lainnya. Sehingga produk dengan desain yang lebih menarik akan lebih diminati daripada produk dengan desain yang biasa (Carrisa & Tiarawati, 2016),

Kualitas pelayanan menjadi kesan pertama yang diterima pelanggan sebelum memutuskan untuk membeli produk. Pelanggan yang menerima pelayanan yang baik akan memiliki kecenderungan lebih besar untuk membeli produk. Kualitas pelayanan menjamin pelanggan untuk menerima pengalaman terbaik saat melakukan pembelian suatu produk.

Memberikan pelayanan yang baik menjadi salah satu strategi yang baik untuk menjamin perusahaan mampu bersaing dengan para kompetitor (Putro, 2018).

Selain desain produk dan kualitas pelayanan, *word of mouth* dapat memantu pelanggan untuk Melakukan pembelian terhadap suatu produk. Pengalaman yang diceritakan orang lain dapat menjadi referensi bagi calon pelanggan untuk menilai dan memutuskan akan menggunakan produk atau tidak. Selain itu, pengalaman yang diceritakan orang lain yang telah menggunakan produk secara langsung akan lebih meyakinkan daripada yang belum pernah menggunakan produk tersebut. Perusahaan harus mampu menciptakan pengalaman-pengalaman yang positif untuk menciptakan *word of mouth* yang positif juga kepada orang lain (Joesyiana, 2018).

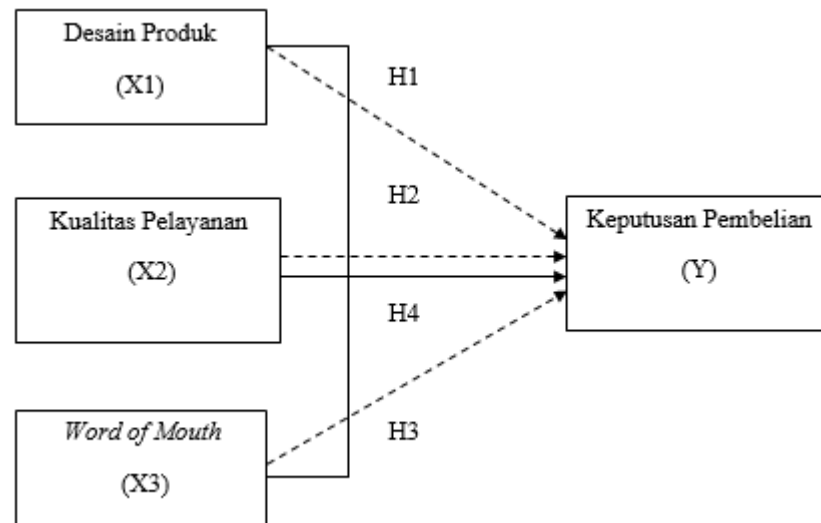
Pengrajin perak Yanyan Silver merupakan pengrajin perak yang ada di kawasan Desa Batuan, Kecamatan Sukawati. Berdasarkan data, terjadi fluktuasi jumlah penjualan selama tahun 2019 untuk setiap bulannya. Selain itu berdasarkan observasi awal, diketahui bahwa terdapat beberapa keluhan terhadap Yanyan Silver yaitu kurangnya karyawan yang komunikatif, kurangnya keramahan, desain produk yang kurang, dan masih belum banyak yang menceritakan Yanyan Silver kepada orang lain.

Keputusan pelanggan untuk menggunakan produk perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan. Dengan adanya pelanggan yang menggunakan produk, perusahaan akan memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan usaha. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kerajinan perak pada Yanyan Silver di Gianyar.

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif yang dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas (desain produk, kualitas pelayanan, *word of mouth*) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Penelitian ini dilakukan di Yanyan Silver di Gianyar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Yanyan Silver dan sampel yang digunakan sebanyak 75 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *purposive sampling* karena sampel ditentukan dengan kriteria tertentu. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisioner dan wawancara. Pengukuran persepsi responden terhadap variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan Skala Likert yang terdiri atas lima pilihan jawaban. Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan analisis regresi linier berganda.

Gambar 1. Kerangka Berpikir



*Sumber: Data Diolah Peneliti (2021)*

## Hasil Penelitian Dan Pembahasan

### Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan Tabel 1, Instrumen penelitian variabel desain produk, kualitas pelayanan, *word of mouth* dan keputusan pembelian adalah valid di mana koefisien korelasi ( $r$ ) > 0,3 dan reliable dengan nilai cronbach's alpha ( $\alpha$ ) > 0,6.

### Karakteristik Responden

Tabel 2 menunjukkan bahwa, menurut jenis kelamin, responden didominasi perempuan sebanyak 63 orang (84%) dan laki-laki sebanyak 12 orang (16%). Menurut umur, responden terbanyak berumur 35 - 45 tahun sebanyak 25 orang (33%) dan terendah berumur 17 – 25 tahun sebanyak 13 orang (18%). Menurut pendidikan terakhir, responden terbanyak berpendidikan sarjana sebanyak 29 orang (39%) dan tidak ada yang lulusan di lain-lain (0%). Menurut pendapatan, responden terbanyak memiliki pendapatan sebesar Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 34 orang (45%) dan responden terendah berpendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 3 orang (4%).

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas**

No.	Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Desain Produk (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0.766	Valid	0,743	Reliabel
		X <sub>1.2</sub>	0.662	Valid		
		X <sub>1.3</sub>	0.468	Valid		
		X <sub>1.4</sub>	0.711	Valid		
		X <sub>1.5</sub>	0.659	Valid		
		X <sub>1.6</sub>	0.688	Valid		
2	Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0.678	Valid	0,688	Reliabel
		X <sub>2.2</sub>	0.404	Valid		
		X <sub>2.3</sub>	0.411	Valid		
		X <sub>2.4</sub>	0.476	Valid		
		X <sub>2.5</sub>	0.443	Valid		
		X <sub>2.6</sub>	0.392	Valid		
		X <sub>2.7</sub>	0.518	Valid		
		X <sub>2.8</sub>	0.449	Valid		
		X <sub>2.9</sub>	0.44	Valid		
		X <sub>2.10</sub>	0.464	Valid		
3	Word of Mouth (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	0.636	Valid	0,789	Reliabel
		X <sub>3.2</sub>	0.772	Valid		
		X <sub>3.3</sub>	0.653	Valid		
		X <sub>3.4</sub>	0.686	Valid		
		X <sub>3.5</sub>	0.743	Valid		
		X <sub>3.6</sub>	0.720	Valid		
4	Keputusan Pembelian (Y)	Y <sub>1</sub>	0.829	Valid	0,888	Reliabel
		Y <sub>2</sub>	0.724	Valid		
		Y <sub>3</sub>	0.838	Valid		
		Y <sub>4</sub>	0.779	Valid		
		Y <sub>5</sub>	0.664	Valid		
		Y <sub>6</sub>	0.673	Valid		
		Y <sub>7</sub>	0.772	Valid		
		Y <sub>8</sub>	0.772	Valid		

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

**Tabel 2 Karakteristik Responden**

Klasifikasi	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki – laki	12	16
	Perempuan	63	84
	<b>Jumlah</b>	<b>75</b>	<b>100</b>
Umur	17-25 tahun	13	18
	26-34 tahun	22	29
	35-45 tahun	25	33
	>45 tahun	15	20
	<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100</b>
Pendidikan Terakhir	SMA	22	29
	Diploma	24	32
	Sarjana	29	39
	Lain-lain	-	-
	<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100</b>
Pendapatan	Rp. 1.000.000 <- Rp. 2.000.000	3	4
	Rp. 2.000.000 <- Rp. 3.000.000	11	15
	Rp. 4.000.000 <- Rp. 5.000.000	34	45
	≥ Rp. 5.000.000	27	36
	<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

### Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 3 menunjukkan persepsi responden mengenai desain produk pada Yanyan Silver di Gianyar dengan nilai rata-rata sebesar 3,85 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa telah memiliki desain produk yang baik.

Tabel 4 menunjukkan persepsi responden mengenai kualitas pelayanan pada Yanyan Silver di Gianyar dengan nilai rata-rata sebesar 3,62 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa telah mampu memberikan pelayanan yang baik.

Tabel 5 menunjukkan persepsi responden mengenai *word of mouth* pada Yanyan Silver di Gianyar dengan nilai rata-rata sebesar 3,78 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa telah mampu menciptakan *word of mouth* yang baik.

Tabel 6 menunjukkan persepsi responden mengenai keputusan pembelian pada Yanyan Silver di Gianyar dengan nilai rata-rata sebesar 4,03 berada kategori baik yang menunjukkan bahwa telah mampu menciptakan keputusan pembelian yang baik.

### Tabel 3 Deskripsi Variabel Desain Produk

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5			
	Kerajinan perak Yanyan Silver memiliki beraneka ragam desain yang menarik.	0	6	12	41	16	292	3,89	Baik
1.	Saya merasa bahwa kerajinan perak Yanyan Silver memiliki beraneka bentuk kerajinan yang unik dibandingkan dengan pesaing lain.	0	1	13	49	12	297	3,96	Baik
	Kerajinan perak Yanyan Silver memiliki desain-desain terbaru yang tidak dimiliki pesaing.	0	0	9	48	18	309	4,12	Baik
2.	Saya merasa bahwa kerajinan perak Yanyan Silver akan selalu berubah baik dari bentuk, ukuran, serta warnanya perperiode waktu yang telah ditentukan perusahaan.	0	5	13	49	8	285	3,80	Baik
	Kerajinan perak Yanyan Silver memiliki desain yang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.	0	9	14	44	8	276	3,68	Baik
3.	Saya merasa bahwa kerajinan perak Yanyan Silver memiliki desain yang sesuai dengan perkembangan jaman mulai dari warna, bentuk, dan ukurannya.	0	9	13	44	9	278	3,70	Baik
Rata-Rata Skor								3,85	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

**Tabel 4 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan**

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5			
1.	Yanyan Silver memiliki tempat parkir yang bersih, nyaman dan aman.	0	3	16	45	11	289	3,85	Baik
	Saya merasa Yanyan Silver memiliki ruangan toko yang bersih, serta karyawan yang sopan.	0	4	23	38	10	279	3,72	Baik
2.	Pelayanan di Yanyan Silver sesuai dengan yang dijanjikan.	0	11	25	31	8	261	3,48	Baik
	Saya merasa pelayanan yang diberikan di Yanyan Silver selalu ramah, dan sopan.	0	18	19	33	5	250	3,33	Kurang Baik
3.	Kecepatan dan kesigapan karyawan Yanyan Silver dalam menangani kebutuhan maupun keluhan konsumen.	0	12	29	26	8	255	3,40	Kurang Baik
	Saya merasa karyawan Yanyan Silver cepat dan sigap dalam melayani transaksi dari konsumen.	0	13	28	28	6	252	3,36	Kurang Baik
4.	Karyawan Yanyan Silver memiliki pengetahuan atas produk yang dipasarkannya secara tepat.	0	10	28	34	3	255	3,40	Kurang Baik
	Saya merasa karyawan Yanyan Silver memiliki kemampuan yang baik dalam memasarkan produk – produknya.	0	3	15	46	11	290	3,86	Baik
5.	Karyawan Yanyan Silver memberikan perhatian yang tulus kepada knsumen.	0	3	15	46	11	292	3,89	Baik
	Saya merasa karyawan Yanyan Silver dapat memahami keinginan konsumen	0	1	12	51	11	297	3,96	Baik
Rata-Rata Skor								3,62	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

**Tabel 5 Deskripsi Variabel Word Of Mouth**

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5			
1.	Saya sering menceritakan kepada orang lain, kemudahan apa saja yang saya peroleh ketika menggunakan kerajinan perak Yanyan Silver maupun berbelanja di Yanyan Silver.	0	5	13	49	8	285	3,80	Baik
	Saya sering menceritakan kepada orang lain mengenai pengalaman saya dalam menggunakan produk dari Yanyan Silver.	0	9	14	44	8	276	3,68	Baik
2.	Saya selalu memberikan rekomendasi kepada teman-teman, keluarga ataupun kerabat yang ingin membeli kerajinan Perak di Yanyan Silver.	0	9	13	44	9	278	3,70	Baik
	Saya selalu merekomendasikan produk dari Yanyan Silver kepada teman-teman, keluarga ataupun kerabat yang ingin membeli kerajinan perak karena kualitas produknya sudah terjamin berdasarkan pengalaman saya dalam menggunakannya.	0	7	17	40	11	280	3,73	Baik
3.	Saya selalu mengajak teman-teman, keluarga ataupun kerabat untuk menggunakan produk dari Yanyan Silver karena kualitas produknya sudah terjamin.	0	9	11	40	15	286	3,81	Baik
	Saya sering menceritakan kepada orang lain, kemudahan apa saja yang saya peroleh ketika menggunakan kerajinan perak Yanyan Silver maupun berbelanja di Yanyan Silver.	0	1	12	51	11	297	3,96	Baik
Rata-Rata Skor								3,78	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

**Tabel 6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian**

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-Rata Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5			
1.	Saya mudah mendapatkan informasi mengenai kerajinan perak Yanyan Silver.	0	1	7	55	12	303	4,04	Baik
	Saya merasa senang bertransaksi di Yanyan Silver karena informasi mengenai produk mereka sangat lengkap.	0	3	8	45	19	305	4,06	Baik
	Berbelanja kerajinan perak di Yanyan Silver adalah pilihan yang tepat.	0	2	9	50	14	301	4,01	Baik
2.	Saya selalu memutuskan untuk berbelanja kerajinan perak di Yanyan Silver karena merasa produk mereka memiliki kualitas yang lebih baik dari pengrajin lainnya.	0	2	12	45	16	300	4,00	Baik
	Terdapat produk yang beragam dalam satu kategori yang sama di Yanyan Silver.	0	1	11	44	19	306	4,08	Baik
3	Saya senang berbelanja di Yanyan Silver karena mereka selalu menyediakan produk dengan ragam pilihan bentuk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	0	0	14	47	14	300	4,00	Baik
	Yanyan Silver memberikan kemudahan dalam bertransaksi dibandingkan dengan toko kerajinan perak lainnya	0	0	10	57	8	298	3,97	Baik
4	Saya memutuskan untuk berbelanja di Yanyan Silver karena saya merasa produk yang ditawarkan lebih baik dibandingkan pengrajin lain setelah membandingkan produknya.	0	0	8	49	18	310	4,13	Baik
Rata-Rata Skor								4,03	Baik

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

### Uji Asumsi Klasik

Tabel 7 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,250 > 0,05 sehingga data penelitian telah berdistribusi dengan normal.

**Tabel 7 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	323.997.304
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.091
	Negative	-.154
Test Statistic		.154
Asymp. Sig. (2-tailed)		.250 <sup>c</sup>

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Tabel 8 menunjukan bahwa nilai *tolerance* variabel desain produk, kualitas pelayanan, *word of mouth* berturut-turut sebesar 0,158, 0,778, 0,156 lebih dari 0,10 dan nilai VIF berturut-turut sebesar 6,346, 1,285, 6,410 kurang dari 10 sehingga model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.



**Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	12.699	4.178			3.039	.003		
1 X1	.003	.328	.003	.010	.992		.158	6.346
X2	.420	.120	.404	3.485	.001		.778	1.285
X3	.190	.295	.167	.644	.522		.156	6.410

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Tabel 9 menunjukkan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas di mana nilai Sig. dari variabel desain produk, kualitas pelayanan, *word of mouth* berturut-turut sebesar 0,908, 0,110, 0,961 lebih besar dari 0,05.

**Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	6.788	2.900			2.341	.022
1 X1	.026	.227	.034	.116	.908	
X2	.135	.084	.213	1.617	.110	
X3	.010	.204	.014	.049	.961	

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10 menunjukkan besarnya pengaruh variabel desain produk, kualitas pelayanan, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,845 atau 84,5% dan sisanya sebesar 0,155 atau 15,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dan model ini.

**Tabel 10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.919 <sup>a</sup>	.845	.837	179.183

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada Tabel 10 memberikan persamaan regresi yaitu  $Y = 12,699 + 0,650X_1 + 0,420X_2 + 0,465X_3$ . Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

**Tabel 11 Hasil Uji-T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	12.699	4.178			3.039	.003
1 X1	.650	.328	.633	3.113	.000	
X2	.420	.120	.404	3.485	.000	
X3	.465	.111	.423	3.124	.000	

Sumber: Data diolah, 2021

1. Pengaruh Desain Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kerajinan Perak Yanyan Silver di Gianyar.

Berdasarkan hasil perhitungan, untuk variable desain produk diperoleh koefisien regresi

sebesar 0,650 (positif), nilai t-hitung sebesar 3,113 lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,666 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (taraf nyata) = 0,05 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya bahwa secara parsial desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kerajinan Perak Yanyan Silver di Gianyar.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni et al., (2019) serta Ariella, (2018) yang desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kerajinan Perak Yanyan Silver di Gianyar.

Berdasarkan hasil perhitungan, untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,420 (positif), nilai t-hitung sebesar 3,485 lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,666 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (taraf nyata) = 0,05 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kerajinan Perak Yanyan Silver di Gianyar.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Soenawan & Malonda, (2015) serta Atmaja, (2018) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh *Word Of Mouth* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kerajinan Perak Yanyan Silver di Gianyar.

Berdasarkan hasil perhitungan, untuk variabel *word of mouth* diperoleh koefisien regresi sebesar 0,465 (positif), nilai t-hitung sebesar 3,124 lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,666 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (taraf nyata) = 0,05 berada pada daerah penolakan  $H_0$ , yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Artinya bahwa secara parsial *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kerajinan Perak Yanyan Silver di Gianyar.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Joesyiana, (2018) serta Carrisa & Tiarawati, (2016) menyatakan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

**Tabel 12 Hasil Uji-F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	267.137	3	89.046	8.139	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	776.809	71	10.941		
Total	1.043.947	74			

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Hasil uji signifikansi simultan (Uji F) yang ditampilkan pada Tabel 12 menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  (8,139) >  $F_{tabel}$  (2,73) dengan nilai Sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05) sehingga  $H_4$  diterima yang berarti desain produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kerajinan Perak Yanyan Silver di Gianyar.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Edward, (2014) serta Saidani & Rachman, (2013) yang menyatakan bahwa desain produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa (1) desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien beta 0,650, nilai  $t_{hitung} = 3.113 > t_{tabel} = 1.666$  serta signifikansi  $0,000 < 0,05$ , (2) pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian koefisien beta 0,420, nilai  $t_{hitung} = 3.485 > t_{tabel} = 1.666$  serta signifikansi  $0,000 < 0,05$ , (3) *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian koefisien beta 0,465, nilai  $t_{hitung} = 3.125 > t_{tabel} = 1.666$  serta signifikansi  $0,000 < 0,05$ , (4) desain produk, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $F_{hitung} = 8.139 > F_{tabel} = 2.73$  serta signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat disarankan (1) terkait desain produk, agar menambah variasi motif dan ciri khas produk, (2) terkait kualitas pelayanan, agar selalu bersikap ramah, sopan dan murah senyum terhadap konsumen, (3) terkait *word of mouth*, agar mampu mengencarkan promosi *word of mouth* (4) peneliti selanjutnya, agar melakukan analisis dari variabel penelitian.

### Daftar Pustaka

- A, I. K. K., & Kusumajaya, I. W. W. (2011). Analisis Tingkat Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Olahan Indonesia Ke Negara Amerika Serikat. *E-Jurnal Ep Unud*, 2(6), 306–313.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 2018.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank Bjb Jaka. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Carrisa, A. Dwi, & Tiarawati, M. (2016). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha Vega. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jim)1*, 4(1), 117–127.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya Muhammad. *Journal Of Business And Banking*, 5(1), 149–162. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru ( Survey Pada Mahasiswa Semester Vii Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau ). *Jurnal Valuta*, 4(1), 71–85.
- Lestari, K. Julia, & Wirathi, I. G. A. P. (2016). Pengaruh Jumlah Produksi, Tenaga Kerja Dan Kurs Valuta Asing Terhadap Ekspor Perhiasan Perak Di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ep Unud*, 5(1), 47–68.
- Manurung, G. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Survei Pada Mahasiswa Stie Sultan Agung Semester Vi Tahun Akademik 2016/2017). *Jurnal Maker*, 4(2), 30–39.
- Paoloe, R., Sepang, Jantje L., & Samadi, R. L. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Pada Pt. Astra International Tbk, Daihatsu Manado. *Jurnal Emba*, 4(4), 1037–1045.
- Putro, A. S. (2018). Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bandeng Pak Elan 2 Gresik. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(10), 1–21.
- Rahayu, P., & Edward, M. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax ( Studi Pada Mahasiswa Kampus Ketintang Universitas Negeri Surabaya). *E-Journal Unesa*, 2(1), 1–16.
- Saidani, B., & Rachman, M. A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, 4(2), 201–217.
- Soenawan, A. D., & Malonda, E. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan

Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 395–409.

Suari, M. T. Yogi, Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33.

Wahyuni, P. Ratna, Kurniawan, Dody Tri, & Latifah, N. (2019). Pengaruh Interaksi Harga Dan Desain Atau Motif Batik Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Kabupaten Sumenep. *Prosiding : Seminar Nasional Ekonomi Dan Teknologi*, 277–284.