

## PENGARUH KUALITAS BAHAN DAN KUALITAS DESAIN TERHADAP MINAT BELI SWITTER DEFINE DENGAN VARIABILITAS PRODUK SEBAGAI PEMODERASI

Ari Soeti Yani <sup>1</sup>  
Abal Falih Harsy<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta<sup>1,2</sup>  
arisoetiyani@gmail.com<sup>1</sup>  
falihabal@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas desain dan kualitas bahan terhadap minat beli dengan variabilitas produk sebagai pemoderasi. Penelitian dilaksanakan dengan pengumpulan sample menjangk 151 orang konsumen menggunakan metode purposive sampling. Untuk menjelaskan karakteristik responden menggunakan presentase. Sedangkan untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan hipotesis analisis dengan menggunakan analisis uji signifikan test. Kualitas desain dan kualitas bahan pada minat beli sangatlah berpengaruh saat konsumen memutuskan untuk membeli. Mengingat bahwa variable kualitas desain dan kualitas bahan lebih dominan berpengaruh terhadap minat beli, maka disarankan kepada pihak perusahaan untuk senantiasa mempertahankan nilai-nilai yang sudah diperoleh agar para pelanggan tetap setia pada produk dan itu akan menambah penjualan lebih meningkat.

**Kata Kunci** : Kualitas Bahan , Kualitas Desain , Minat Beli , Variabilitas Produk

### ABSTRACT

*This study aims to determine the quality of the design and the quality of materials on interest in the bell with product variability as a modifier. The research was carried out by collecting a sample of 151 consumers using a purposive sampling method. To explain the characteristics of respondents using percentages. Meanwhile, to explain the description of the research related to the hypothesis analysis using the analysis of the significant test test. Quality of design and quality of materials on buying interest is very influential when consumers decide to buy. Given that the variables of design quality and material quality have a more dominant influence on purchase intention, it is suggested to the company to always maintain the values that have been obtained so that customers remain loyal to the product and that will increase sales.*

*Keywords: Material Quality, Design Quality, Purchase Intention, Product Variability*

### PENDAHULUAN

Industri pakaian jadi turut berperan sebagai sektor strategis di tengah tantangan global. Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa produksi industri pakaian meningkat pesat sebanyak 15,29 persen pada 2019 ([kemenperin.go.id](http://kemenperin.go.id)). Berdasarkan data survei dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor fashion menjadi salah satu dari tiga subsektor dengan pertumbuhan pesat sebanyak 15,01% setelah subsektor kuliner terhadap total perekonomian nasional tahun 2018. Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia mulai sadar akan penampilan menarik dan stylish yang sedang

berkembang mengikuti tren fashion. Salah satu konsep yang kini mendominasi industri ready-to-wear dunia dan mengalami perkembangan pesat sebanyak \$25.09 miliar pada 2020 (businesswire.com) adalah fast fashion, yaitu bisnis tren ritel yang diikuti oleh toko-toko pakaian di mana produknya merupakan produk sekali pakai dan produk untuk konsumsi langsung yang sistemnya dengan cepat mengubah penawaran barang untuk memasukan pakaian mode terbaru dan yang paling trendi.

Kualitas desain tidak bisa lepas dari estetika, estetika lahir dari pewarnaan dan desain model, informasi dan fakta produk, hal tersebut dibuat untuk memenangkan hati konsumen Ketika akan memilih suatu produk. Nafa Istiharo berpendapat bahwa dulu kualitas produk dan desain kurang begitu menarik dari segi bahannya, tetapi seiring dengan berkembangnya jaman dan perubahan gaya hidup, kualitas produk dan desain yang kurang menarik bahannya sudah menjadi 'sillent seller. Kualitas dan desain saat ini sudah berkembang dengan alternative beberapa pilihan material diantaranya model dan bahannya terbuat dari beberapa bahan pilihan, setiap dari bahan dan desain tersebut mempunyai fungsi dan peran masing-masing tergantung dari jenis produk dan desain yang dipilih.

Switner H&M sebagai salah satu merk produk yang dibuat oleh Erling Persson membuat kualitas produk dan desain terobosan baru dibandingkan dengan produsen lainnya, kualitas produk dan desain dibuat dengan bahan yang lebih baik dan desain yang modern maka dapat diberikan visual yang ingin dipersepsikan oleh pembeli.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu diadakan penelitian dengan judul "Pengaruh kualitas bahan dan kualitas desain terhadap minat beli switner define denagn variabilitas produk sebagai pemoderasi"

## **LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS**

### **Minat beli**

Minat beli merupakan Hasrat yang ada dalam diri konsumen terhadap produk tersebut untuk dikonsumsi. Minat beli yang kuat akan mendorong keyakinan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa (Rokhmawati et al., 2022) Minat beli dapat menjadi tahapan dalam pengambilan keputusan, dimana para konsumen mengambil keputusan agar melakukan pembelian untuk memasuki suatu tahapan sebagai keputusan untuk tidak melakukan pembelian atau dapat menjadikannya menjadi minat beli konsumen dan dapat memberikannya keyakinan bahwa barang tersebut memberikan manfaat (Simatupang et al., 2021)

### **Kualitas Bahan**

Hilary & Wibowo (2021) mendefinisikan bahwa kualitas bahan baku adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Menurut Sentosa & Trianti (2019), bahan baku adalah bahan mentah yang belum diolah dan akan diolah menjadi barang jadi sebagai hasil utama dari perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal pengadaan bahan baku, keberhasilan perusahaan tergantung dari upaya untuk mencari dan memilih bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi dengan teliti

### **Kualitas Desain**

Priandewi. et al. (2021) mengemukakan, terdapat tujuh parameter desain produk yaitu ciri-ciri, kinerja, kesesuaian, tahan lama, tahan uji, kemudahan perbaikan dan model. Kualitas produk adalah keahlian suatu produk untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai

atau bahkan melebihi apa yang pelanggan harapkan. Beberapa dari pelanggan menjadikan kualitas produk sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian mereka (Cesariana et al., 2022)

### **Variabilitas Produk**

Rozi & Khuzaini (2021) mengemukakan bahwa keragaman produk adalah kumpulan dari seluruh lini produk dan jenis produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah kumpulan dari seluruh lini produk dan jenis produk yang ditawarkan penjual kepada para pembeli dengan harapan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Rompi et al. (2022) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada.

### **Kualitas Bahan Mempengaruhi Minat Beli**

Kualitas bahan dapat mempengaruhi kualitas produk sehingga dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Kualitas Bahan yaitu barang yang dapat di produksi dan di identifikasi ke produk jadi ( Rompi, et al., 2022). Kualitas dapat di artikan sebagai faktor yang dapat menyebabkan barang atau hasil produk sesuai dengan keinginan dan tujuannya pembeli (Assuar 2019). Berdasarkan uraian diatas maka dibentuk hipotesis kesatu (H1) : Kualitas Bahan Mempengaruhi Minat Beli

### **Kualitas Desain Mempengaruhi Minat Beli**

Kualitas desain bisa di artikan menjadi persepsi pelanggan pada kualitas ataupun keunggulan terhadap produk yang di inginkan (mboh et al., 2022). Kualitas desain pada produk merupakan suatu ukuran yang dapat menilai suatu barang dan mempunyai nilai guna sehingga dapat di minati (Bansaleng et al. 2021). Kualitas suatu produk yang di miliki dan dapat di implementasikan terhadap penggunaan ketahanan suatu produk yang sesuai dengan fungsinya. Berdasarkan uraian diatas maka dibentuk hipotesis kedua (H2) : Kualitas Desain Mempengaruhi Minat Beli

### **Variabilitas Produk Mempengaruhi Minat Beli**

Variabilitas produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis, dimana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi dan persaingan. Di era perdangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Inovasi produk tidak dapat disamakan dengan penemuan. Sebuah inovasi didefinisikan sebagai suatu ide, produk atau bagian dari teknologi yang telah dikembangkan dan dipasarkan untuk pelanggan yang dirasa sebagai sesuatu yang baru. Kita mungkin menyebutnya sebagai proses identifikasi, menciptakan dan memberikan nilai-produk baru atau manfaat yang tidak ditawarkan sebelumnya di pasar. Dengan produk baru atau yang dimaksud dengan produk asli, perbaikan produk, memodifikasi produk dan merek baru dari perusahaan yang berkembang melalui penelitian sendiri dan upaya

pengembangan. Berdasarkan uraian diatas maka dibentuk hipotesis ketiga (H3) : Kualitas Desain Mempengaruhi Minat Beli

#### **Moderasi Variabilitas Produk T Atas Pengaruh Kualitas Bahan Terhadap Minat Beli**

Menurut Dhody riyanto (2020) konsumen akan membeli suatu produk bermerk jika kualitas bahannya dipandang dan layak oleh mereka. Pendapat dari konsumen yang lainnya juga menyatakan hal yang serupa dalam membeli suatu produk, konsumen tidak dapat mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan bahannya. Kualitas bahan selalu diutamakan membuktikan bahan yang dirasakan konsumen berpengaruh untuk menimbulkan minat beli yang kemudian berpengaruh terhadap kepuasan sehingga tercipta loyalitas. Berdasarkan uraian diatas maka dibentuk hipotesis keempat (H4) : Moderasi Variabilitas Produk T Atas Pengaruh Kualitas Bahan Terhadap Minat Beli

#### **Moderasi Variabilitas Produk Atas Pengaruh Kualitas Desain Terhadap Minat Beli**

Mittal, T Siros (2020) mengemukakan bahwa fungsi dari behavioral intention atau minat konsumen merupakan fungsi dari kualitas desain. Semakin baik kualitas desain maka konsumen akan semakin berminat terhadap produk tersebut. Hal ini dipertegas pada penelitian yang dilakukan oleh William B. Doods, Kent B. Monroe (2021) dalam "The Effect of Brand and price information in subjective product evaluation" menyatakan bahwa kualitas produk termasuk desain paling besar pengaruhnya dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa variable kualitas desain berpengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan uraian diatas maka dibentuk hipotesis kelima (H5) : Moderasi Variabilitas Produk Atas Pengaruh Kualitas Desain Terhadap Minat Beli

### **METODE PENELITIAN**

Populasi penelitian ini adalah pengguna Switter H&M, sampel penelitian ini sampel penelitian adalah perwakilan dari populasi yang dipilih untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan variabel penelitian. Metode penentuan jumlah sampel menggunakan metode Hair, dimana jumlah sampel dikisaran 5-10 kali dari jumlah indikator atau dari jumlah pertanyaan yang ada didalam kuisioner (Hair & Alamer, 2022) Pemilihan sampel menggunakan metode convenience (Sudaryana et al., 2022). Metode ini menjelaskan bahwa sampel dipilih berdasarkan kemudahan untuk menemui atau berkomunikasi.

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi disertai dengan uji moderasi atau disebut juga dengan analisis jalur dengan metode partial least square (Sekaran & Bougie, 2017) analisis terhadap data penelitian menggunakan software smart PLS (Musyaffi et al., 2022).

Penelitian ini menempati empat variable yang terdiri dari variable minat beli sebagai variable independent. Variabel kualitas bahan dan kualitas desain sebagai variabel dependent. Selanjutnya variabel Z variabilitas produk sebagai variabel pemoderasi. Minat beli merupakan hasrat yang ada dalam diri konsumen terhadap produk tersebut untuk dikonsumsi. Minat beli yang kuat akan mendorong keyakinan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Rokhmawati et al., (2022) dan Hilary & Wibowo, (2021) mendefinisikan bahwa kualitas bahan baku adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Priandewi. et al., (2021) mengemukakan, terdapat tujuh parameter desain produk yaitu ciri-ciri, kinerja, kesesuaian, tahan lama, tahan uji, kemudahan perbaikan dan model. Rozi & Khuzaini,

(2021) mengemukakan bahwa keragaman produk adalah kumpulan dari seluruh lini produk dan jenis produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah kumpulan dari seluruh lini produk dan jenis produk yang ditawarkan penjual kepada para pembeli dengan harapan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tahapan analisis data terdiri dari data demografi responden, statistic deskriptif variabel, uji validitas dan uji realibilitas, uji hipotesis dan penjelasan koefisien determinasi (Sugiarto, 2022). Demografi responden adalah data data responden terdiri dari jenis kelamin, umur DST. Statistic deskriptif variabel adalah nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum dari variabel yang diteliti. Uji validitas adalah uji keabsahan dari pertanyaan atau pernyataan yang ada di kuisisioner penelitian, uji reabilitas adalah uji konsistensi jawaban responden atau uji untuk melihat apakah responden serius atau tidak dalam menjawab pertanyaan kuisisioner, uji hipotesis adalah uji kesimpulan sementara yang sudah ditetapkan sebelumnya apakah diterima atau ditolak. Koefisien determinasi adalah kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen (Gunawan, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

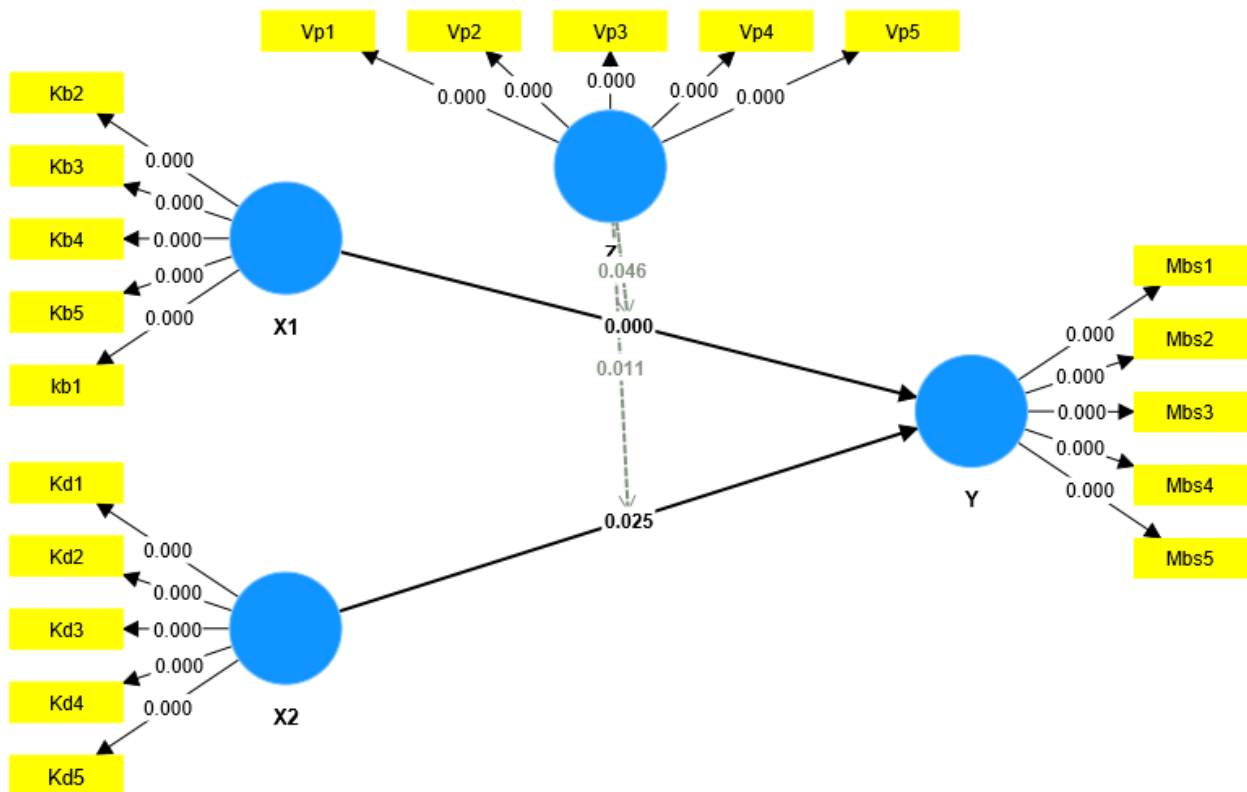
### Statistik deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini, digunakan untuk mengetahui gambaran data penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi dan nilai terendah dari variabel yang diteliti. Yang meliputi jumlah sampel, rata-rata sampel (mean), nilai maksimum, nilai minimum serta standar deviasi untuk masing-masing variabel.

**Tabel 1. Statistik deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas bahan	151	1.80	5.00	3.7576	.82255
Kualitas desain	151	1.00	5.00	3.8119	.79170
Minat beli	151	1.20	5.00	3.8305	.85378
Variabilitas produk	151	1.00	5.00	3.8556	.79437
Valid N (listwise)	151				

Uji Validas Uji Validasi digunakan untuk menguji unidimensionalitas dari masing-masing konstruk. Penelitian dikatakan valid apabila nilai indikator Loading Factor harus lebih besar atau sama dengan 0,5.



Gambar 1. Hasil Uji Validitas

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa kesalahan dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten dalam indikatornya. Dalam PLS merupakan uji ini dapat dilakukan dengan Cronbach's alpha memiliki nilai lebih dari 0.7, Rho\_a memiliki nilai lebih dari 0.7, Composite reliability memiliki nilai lebih dari 0.7 untuk memenuhi kriteria reliabilitas. Dan nilai AVE diperkuat dengan nilai lebih dari 0.5 untuk memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kualitas bahan	0.837	0.847	0.885	0.607
Kualitas Desain	0.861	0.864	0.900	0.643
Minat beli	0.855	0.855	0.896	0.634
Variabilitas Produk	0.881	0.884	0.913	0.678

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas dilakukan dengan menguji perbandingan akar kuadrat AVE, dengan nilai AVE lebih besar dari 0,5 sehingga membuktikan bahwa uji validitas terpenuhi dan baik. Sehingga indikator yang digunakan dikatakan valid dan sudah

mencukupi convergent validity. Hasil yang didapatkan juga bahwa nilai Cronbrach’s Alpha dan composite reability memiliki hasil lebih besar dari 0,7 yang artinya uji reabilitas dinyatakan reliable dan memenuhi kriteria.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Hipotesis

**Tabel 3. Uji Hipotesis**

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Kualitas bahan > minat beli	0.402	0.411	0.069	5.861	0.000
Kualitas desain > minat beli	0.195	0.189	0.087	2.247	0.025
Variabilitas produk > minat beli	0.277	0.284	0.074	3.744	0.000
Moderating Effect 1 > Minat Beli	0.149	0.146	0.074	1.996	0.046
Moderating Effect 2 > Minat Beli	-0.183	-0.187	0.072	2.546	0.011

Melalui table diatas cenderung dapat dilihat cara pengujian koefisien melalui pengujian bootstrapping. Hal ini cenderung dilihat dari contoh pertama yang menunjukkan keterkaitan antara factor-factor yang bersifat positif atau negative dengan melihat sifat-sifat yang bertanda negative atau tidak. Hal ini sangat terlihat dari konsekuensi contoh pertama pada variable Kualitas bahan terhadap minat beli (0.402), Kualitas desain terhadap minat beli (0.195), Variabilitas produk terhadap Minat beli (0.277), Moderasi variabilitas produk terhadap pengaruh Kualitas bahan terhadap minat beli (0.149). Moderasi variabilitas produk terhadap pengaruh Kualitas desain terhadap minat beli Berikut ini kelima factor tersebut bernilai positive yang menunjukkan bahwa ke empat faktor tersebut memiliki pengaruh positive. Sedangkan Moderasi variabilitas produk terhadap pengaruh Kualitas desain terhadap minat beli (-0.183) bernilai negative, hal ini menunjukkan bahwa variable tersebut berpengaruh terhadap Kompetitive Advange.

Melalui tabel diatas path coefficient juga dapat diketahui nilai T-statistic yang digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antar variabel. Hubungan dari variabel dianggap signifikan jika T-statistic lebih besar dibandingkan T tabel (1,96). Selain itu juga pada nilai value yang menyatakan tingkat signifikansi jika nilai P-Values lebih kecil dari 0,05 Dari kelima nilai pengujian Kualitas bahan  $5.861 > 1.96$  dengan nilai P-value 0.000 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang signifikan.

Pada pengujian Pemilihan kualitas desain  $2.247 > 1,96$  dengan nilai P-value 0.025 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang signifikan. Pada pengujian terhadap variabilitas produk  $3.744 > 1.96$  dengan nilai P-value 0.000 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang signifikan. Pada pengujian Moderating Effect 1 > Minat Beli  $1.996 > 1.96$  dengan nilai P-value 0.046 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang signifikan. Pada

pengujian Moderating Effect 2 > Minat Beli 2.546 < 1.96 dengan nilai P-value 0.011 sehingga menunjukkan bahwa terdapat nilai yang tidak signifikan.

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini software yang digunakan dalam pengujian adalah SmartPLS 3.0. Hasil penanganan informasi menggunakan SmartPLS 3.0 menunjukkan bahwa dari 5 variabel, hanya 4 yang diakui yang menunjukkan adanya dampak pada Competitive Advantage. Sedangkan 1 hipotesis yang memiliki hasil ditolak tidak memiliki pengaruh terhadap Competitive Advantage.

### **Pengujian Hipotesis Pertama**

Kualitas bahan terhadap minat beli positif signifikan dengan T-Statistik 5,861 > 1,96 dengan P Values 0,000 < 0,005. Nilai Original Sample adalah positif yaitu 0,402 yang menunjukkan arah hubungan antara kualitas bahan terhadap minat beli adalah positif. Dengan demikian hipotesis pertama diterima. Maka didapatkan H1 Kualitas bahan mempengaruhi minat beli Kualitas bahan dapat mempengaruhi kualitas produk sehingga dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Kualitas Bahan yaitu barang yang dapat di produksi dan diidentifikasi ke produk jadi (Kualitas et al., 2022) . Kualitas dapat diartikan sebagai faktor yang dapat menyebabkan barang atau hasil produk sesuai dengan keinginan dan tujuannya pembeli (Assuar 2019).

### **Pengujian Hipotesis Kedua**

Kualitas desain terhadap minat beli konsumen positif signifikan dengan T-Statistik 2,247 > 1,96 dengan P Values 0,025 < 0,005. Nilai Original Sample adalah positif yaitu 0,195 yang menunjukkan arah hubungan antara kualitas desain terhadap minat beli adalah positif. Dengan demikian hipotesis kedua diterima. Maka didapatkan H2 Kualitas desain mempengaruhi minat beli Kualitas desain bisa diartikan menjadi persepsi pelanggan pada kualitas ataupun keunggulan terhadap produk yang di inginkan.

### **Pengujian Hipotesis Ketiga**

Variabilitas produk terhadap minat beli konsumen positif signifikan dengan T-Statistik 3,744 > 1,96 dengan P Values 0,000 < 0,005. Nilai Original Sample adalah positif yaitu 0,277 yang menunjukkan arah hubungan Variabilitas produk antara minat beli adalah positif. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima. H3 Variabilitas produk mempengaruhi minat beli Variabilitas produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis, dimana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi dan persaingan.

### **Pengujian Hipotesis Keempat**

Moderasi variabilitas produk terhadap atas pengaruh kualitas bahan terhadap minat beli konsumen (moderating effect 2) negatif signifikan dengan T-Statistik 1,996 > 1,96 dengan P Values 0,046 < 0,005. Nilai Original Sample adalah negatif yaitu -0,301 yang menunjukkan arah hubungan antara Moderasi variabilitas produk terhadap atas pengaruh kualitas bahan terhadap minat beli adalah negatif. Dengan demikian hipotesis kelima diterima. H4 Moderasi variabilitas produk terhadap atas pengaruh Kualitas bahan terhadap minat beli Konsumen akan membeli suatu produk bermerk jika kualitas bahannya dipandang dan layak oleh mereka. Pendapat dari konsumen yang lainnya juga menyatakan hal yang serupa dalam membeli suatu produk, konsumen tidak dapat mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan bahanya.



### **Pengujian Hipotesis Kelima**

Moderasi variabilitas produk terhadap pengaruh Kualitas desain terhadap minat beli konsumen (moderating effect 1) positif signifikan dengan T-Statistik 2,546 > 1,96 dengan P Values 0,011 < 0,005. Nilai Original Sample adalah positif yaitu -0,183 yang menunjukkan arah hubungan antara Moderasi variabilitas produk terhadap pengaruh Kualitas desain terhadap minat beli adalah positif. Dengan demikian hipotesis kelima diterima. H5 Moderasi variabilitas produk terhadap pengaruh Kualitas desain terhadap minat beli dari kualitas desain. Semakin baik kualitas desain maka konsumen akan semakin berminat terhadap produk tersebut. Hal ini dipertegas pada penelitian yang dilakukan oleh William B. Doods, Kent B. Monroe (2021) dalam "The Effect of Brand and price information in subjective product evaluation" menyatakan bahwa kualitas produk termasuk desain paling besar pengaruhnya dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa variable kualitas desain berpengaruh terhadap minat beli.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik simpulan bahwa kualitas produk dan kualitas desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen switter H&M. Dalam meningkatkan kualitas bahan dan kualitas desain, perusahaan harus mampu bersaing terhadap produk switter yang lain, karena variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Diantaranya yaitu menjaga kualitas bahan dan kualitas desain fashion dan lebih inovatif dalam membuat rancangan model fashion yang akan menjadi trend masa kini. Hal tersebut sangat berpengaruh saat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Mengingat bahwa variable kualitas desain dan kualitas bahan lebih dominan berpengaruh terhadap minat beli.

#### **Saran**

Disarankan kepada pihak perusahaan untuk senantiasa mempertahankan nilai-nilai yang sudah diperoleh agar para pelanggan tetap setia pada produk dan itu akan menambah penjualan lebih meningkat. Dan perlu disadari mempertahankan pelanggan jauh lebih dibandingkan mencari konsumen baru untuk dijadikan pelanggan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bambang Sudaryana, D. E. A., Ak, M., Agusiady, H. R. R., & SE, M. M. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) In Second Language And Education Research: Guidelines Using An Applied Example. *Research Methods In Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1), 19–26. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.518>

- Mananeke, L. (2022) *Kerja Terhadap Kualitas Produk Pada Pt Cavron Global Lembean Effect Of Raw Material Quality , Production Process And Labor Quality On Product Quality At PT. Cavron Global Lembean, Jurnal Emba Vol . 10 . No . 2 . 10(2)*, 407–417.
- Priandewi., M. M., Fadhilah, M., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di E-Commerce Lazada. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 7(1), 17–26. <https://doi.org/10.54066/jbe.v7i1.116>
- Rokhmawati at el. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515–526. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/1699>
- F., Rompis, J. E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan , Inovasi Produk Dan Keunggulan Kayu Di Kecamatan Tagulandang Kabupaten Sitaro ) Effect of Entrepreneurship Orientation, Product Innovation and Competitive Advantage on Marketing Performance ( Case Study of Wood Craft Bus. 10(3)*, 447–457.
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6 Buku 1*.
- Sentosa, E., & Trianti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi Dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk Pada Pt Delta Surya Energy Di Bekasi. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2), 62–71. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.506>
- Simatupang, S., Efendi, E., & Putri, D. E. (2021). Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*, 22(1), 28. <https://doi.org/10.30736/je.v22i1.695>