

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Kudus Interior Furniture**

Kudus Interior Furniture merupakan usaha dibidang manufaktur yang bergerak di bidang jasa interior yang di dirikan oleh bapak Achmad Gozali tahun 2012, Bapak Achmad Gozali sebagai pelaku usaha sekaligus pemilik usaha Kudus Interior Furniture yang saat ini beralamat di Desa Blimbing Kidul Kecamatan Kaliwungu Kabupaten Kudus Jawa Tengah.

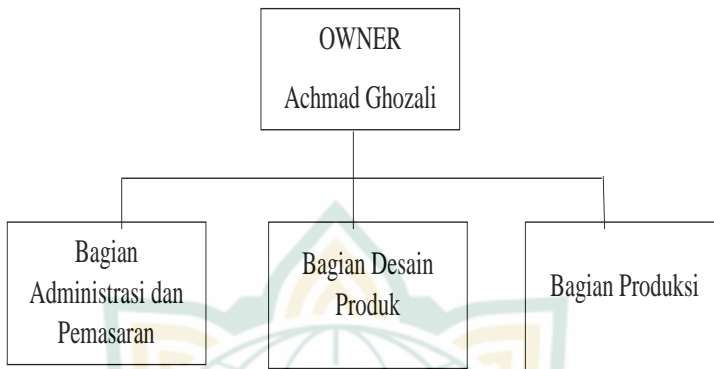
Kudus interior furniture telah sukses memasarkan produknya di berbagai daerah yang ada di Jawa Tengah seperti, Kudus, Jepara, Pati, Rembang, Blora, Demak, dan Semarang. Selain itu kudus interior furniture juga memasarkan produknya di luar Jawa Tengah yaitu Jawa Timur, Jawa Barat dan DKI Jakarta. Kudus Interior furniture menghasilkan furniture yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang dapat berkompetisi di pasar lokal dalam pemasaran. Kudus Interior furniture dapat menghasilkan berbagai furniture interior, keperluan untuk kantor maupun kebutuhan rumah tangga. Pemasaran dan distribusinya dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui platform digital seperti instagram, facebook, whatsapp, tiktok, hingga web yang sudah disediakan oleh perusahaan.

##### **2. Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi yang ditetapkan perusahaan itu berbeda satu sama lainnya karena disesuaikan dengan kondisi atau tipe dari tipe garis wewenang yang ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri. Untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan secara efektif dan efisien maka dalam semua aktifitas yang dilakukan oleh karyawan yang ada di perusahaan, terdapat pembagian tugas atau pekerjaan pada setiap karyawan yang bekerja pada perusahaan itu sehingga antara karyawan yang satu mempunyai hubungan dengan karyawan yang lainnya.

Berikut struktur organisasi perusahaan Kudus Interior Furniture :

**Gambar 4 1**  
**Struktur Organisasi Perusahaan**



Berdasarkan dari struktur organisasi dapat dijelaskan tugas, wewenang dan tanggung jawab anggota organisasi sebagai berikut:

1. Owner (Pemilik)  
Seorang pemilik perusahaan bertugas untuk memastikan penjualan semakin meningkat dan mengelola karyawan atau bawahannya. Selain itu pemilik harus selalu mamastikan bisnis tetap lancar sepanjang waktu, memimpin perusahaan merupakan tugas utama dari seorang owner (pemilik) dan juga berhak membuat peraturan untuk perusahaan.
2. Bagian Administrasi dan Pemasaran  
Bagian administrasi dan umum bertugas untuk mempromosikan produk dan layanan perusahaan ke pasar (konsumen) dan meningkatkan popularitas perusahaan di platform media digital. Tagggung jawab dari bagian administrasi dan pemasaran adalah untuk mengelola operasi pemasaran perusahaan yaitu kudas interior furniture.
3. Bagian Desain Produk  
Bagian desain produk merupakan profesi yang sangat dibutuhkan dan penting bagi perusahaan karena memiliki peran penting dalam setiap tahap pembuatan produk yang akan dipasarkan. Bagian desain bertugas untuk mengidentifikasi pelanggan

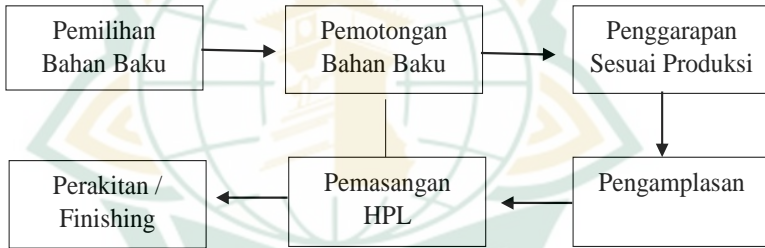
yang tepat sesuai dengan produk yang diinginkan oleh pelanggan.

4. Bagian Produksi

Bagian produksi merupakan salah satu bagian yang penting karena sebagai operator produksi yang membuat dan mengolah produk mulai dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap untuk di pasarkan. Selain itu produksi juga bertanggung jawab atas kualitas pada suatu produk yang akan dijual ke pasar.

3. Proses Produksi

Secara skematis proses produksi dapat digambarkan seperti dibawah ini:



Keterangan:

- a. Pemilihan bahan baku  
 Dalam pembuatan interiior furniture dibutuhkan bahan baku yakni multiplek untuk di buat menjadi perabot untuk kantor maupun rumah tangga. Bahan baku tersebut dapat dipakai untuk berbagai jenis furniture interior sehingga harus betul-betul memilih multiplek yang berkualitas.
- b. Proses Pemotongan bahan baku  
 Setelah memperoleh bahan baku dilakukan proses pemotongan menggunakan mesin pemotong kayu, multiplek diukur sesuai dengan ukuran yang ditentukan setelah itu dipotong.
- c. Proses Penggarapan Sesuai Produksi  
 Penggarapan dilakukan setelah proses pemotongan bahan baku selesai, dan dilanjut dengan membuat furniture interior dalam beraneka macam jenis dan desain produk yang masih dalam bentuk bagian-

bagian yang dirakit sesuai dengan gambar modelnya, seperti kursi, meja dll.

d. Pengamplasan

Selesai pengarapan, maka dilakukan pengamplasan pada multiplek proses ini menggunakan amplas dan bagian multiplek yang habis dipotong membutuhkan pengamplasan supaya mendapatkan hasil yang berkualitas.

e. Proses Pemasangan HPL

Dalam pemasangan HPL menggunakan lem yang dimana hpl dan multiplek dilem menunggu beberapa menit, setelah lem mulai kering ditempel antara hpl dan kayu multiplek sambil di lap supaya lem rata dan kuat.

f. Perakitan atau Finishing

Proses selanjutnya yaitu perakitan, potongan-potongan produk setengah jadi dirakit menjadi satu sehingga menjadi produk jadi maka produk siap untuk dijual.

**B. Gambaran Umum Responden**

**a. Jenis Kelamin**

Data mengenai jenis kelamin responden bisa dilihat dalam tabel yakni:

**Tabel 4. 1**

**Jenis Kelamis Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	36	56,3%
2	Perempuan	28	43,8%
Jumlah		64	100%

*Sumber : Data Primer diolah, 2023*

Dari tabel 4.1 diatas terlihat bahwasannya 36 orang atau 56,3% dari 64 responden adalah laki-laki, dimana 28 orang atau 43,8% adalah perempuan. Responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak karena laki-laki lebih mengerti dan paham tentang interior pada rumah yang akan mereka gunakan.

**b. Usia Responden**

Adapun mengenai usia responden bisa dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Usia**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 20 Tahun	4	6,3%
2	21 – 30 Tahun	21	32,8%
3	31 – 40 Tahun	13	20,3%
4	41 – 50 Tahun	17	26,6%
5	>50 Tahun	9	14,1%
Jumlah		64	100%

*Sumber : Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan tabel tersebut bahwa usia responden yang mempunyai usia <20 tahun yaitu sebanyak 4 orang atau 6,3% antara usia 21-30 tahun sebanyak 21 orang atau 32,8%, antara usia 31-40 tahun sebanyak 13 orang atau 20,3%, antara usia 41-50 tahun sejumlah 17 responden atau 26,6% dan antara usia >50 tahun sejumlah 9 responden atau 14,1%. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa usia responden secara rata-rata sekitar usia antara 21-30 tahun karena pada usia tersebut memiliki ekonomi yang cukup untuk membeli produk interior selain itu termasuk usia melenial yang mengerti akan perkembangan produk-produk interior yang bagus.

**c. Pekerjaan Responden**

Adapun data mengenai pekerjaan responden bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 3**  
**Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pegawai Negri	3	4,7%
2	Pegawai Swasta	7	10,9%
3	Wiraswasta	18	28,1%
4	Pedagang, Petani, Buruh lepas dan IRT	36	56,3%
Jumlah		64	100%

*Sumber : Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan tabel di atas, bisa diketahui bahwasannya responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 3 responden atau 4,7% pegawai swasta

sebanyak 7 responden atau 10,9% wiraswasta sebanyak 18 responden atau 28,1% dan Pedagang, Petani, Buruh lepas dan ibu rumah tangga sebanyak 36 responden atau 56,3%.

**C. Deskripsi Statistik Angket Responden**

**1. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Produk**

Jawaban responden berdasarkan kualitas produk dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 4**  
**Kualitas Produk**

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Kualitas produk yang dimiliki kudus interior furniture sesuai dengan harapan konsumen	29 45,3 %	26 40,6 %	7 10,9 %	2 3,1 %	0 0%	64 100%
2	Kudus interior furniture memiliki variasi model produk yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen	32 50,0 %	26 40,6 %	5 7,8 %	1 1,6 %	0 0%	64 100 %
3	Fitur yang dimiliki kudus interior furniture berbeda dari pesaing	15 23,4 %	34 53,1 %	13 20,3 %	2 3,1 %	0 0%	64 100 %
4	Kinerja pada produk kudus interior furniture sesuai dengan	25 39,1 %	31 48,4 %	7 10,9 %	1 1,6 %	0 0%	64 100%

	kegunaannya						
5	Produk kudos interior furniture memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan yang dijanjikan	23 35,9 %	31 46,4 %	8 12,5 %	2 3,1 %	0 0 %	64 100%
6	Produk kudos interior furniture memiliki ketahanan yang relative lama	18 28,1 %	32 50,0 %	13 20,3 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100%
7	Produk kudos interior furniture dapat diandalkan kualitasnya	23 35,9 %	30 46,9 %	9 14,1 %	1 1,6 %	1 1,6 %	64 100 %

*Sumber: Data Primer, 2023*

Berdasarkan tabel diatas dapat dijabarkan bahwa mengenai pernyataan 1 Kualitas produk yang dimiliki kudos interior furniture sesuai dengan harapan konsumen, yang mana sebanyak 29 orang atau 45,3% sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 2 orang atau 3,1% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan oleh kudos interior furniture baik dan sesuai dengan harapan dan juga keinginan konsumen.

Pernyataan 2 tentang kudos interior furniture memiliki variasi model produk yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen, sebanyak 32 orang atau 50% sangat setuju dengan pernyataan ini dan 1 responden atau 1,6% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwa kudos interior furniture memiliki variasi model produk yang beragam yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, model yang beragam pada produk akan membuat konsumen senang

karena mereka dapat memilih produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pernyataan 3 tentang fitur yang dimiliki kudos interior furniture berbeda dari pesaing, sebanyak 34 orang atau 53,1% setuju dengan pernyataan tersebut dan 2 orang 3,1% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut membuktikan bahwa fitur yang dimiliki kudos interior furniture berbeda dari pesaing karena produk yang ditawarkan setiap perusahaan memiliki fitur berbeda yang dapat melengkapi fungsionalitas dasar dari produk tersebut. Perusahaan juga dapat mengidentifikasi dan memilih fitur baru yang akan digunakan dengan tepat.

Pernyataan 4 mengenai kinerja pada produk kudos interior furniture sesuai dengan kegunaannya, sebanyak 31 orang atau 48,4% setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 responden atau 1,6% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa kinerja pada produk yang dimiliki kudos interior furniture sesuai dengan kegunaannya atas tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang diproduksi terhadap spesifikasi target yang sudah dijanjikan.

Pernyataan 5 tentang produk kudos interior furniture memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan yang dijanjikan, sebanyak 31 orang atau 46,4% setuju dengan pernyataan ini dan 2 orang atau 3,1% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya suatu produk yang baik itu harus sesuai dengan spesifikasi dan kegunaan produk yang telah dijanjikan sebelumnya. Hal tersebut disebut konfirmasi karena spesifikasinya, dimana desain produk dan karakteristik operasinya mendekati standar target yang sudah ditentukan.

Pernyataan 6 mengenai produk kudos interior furniture memiliki ketahanan yang relative lama, sebanyak 32 orang atau 50% setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,6% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya produk yang dimiliki oleh kudos interior furniture ini memiliki ketahanan produk yang relative lama dan awet dalam menggunakan produk tersebut.



Pernyataan 7 tentang produk kudos interior furniture dapat diandalkan kualitasnya, sebanyak 30 orang atau 46,9% responden setuju dengan pernyataan ini dan 1 responden atau 1,6% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwasanya produk yang dimiliki kudos interior furniture ini kualitasnya dapat diandalkan serta keawetan pada produknya.

**2. Tanggapan Responden Berdasarkan Harga**

Jawaban responden berdasarkan harga dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Harga**

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Harga produk kudos interior furniture sangat terjangkau	19 29, 7 %	24 37,5 %	20 31, 3 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %
2	Harga produk kudos interior furniture lebih murah dari pada harga yang ditawarkan oleh pesaing	11 17, 2 %	30 46,9 %	19 29, 7 %	4 6,3 %	0 0 %	64 100 %
3	Harga produk kudos interior furniture sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan	20 31, 3 %	35 54,7 %	7 10, 9 %	2 3,1 %	0 0 %	64 100 %
4	Harga produk kudos interior furniture bervariasi sesuai motif dan model yang dipesan oleh	26 40, 6 %	32 50,0 %	4 6,3 %	2 3,1 %	0 0 %	64 100 %

	konsumen						
5	Harga produk kudas interior furniture sesuai dengan hasil yang diinginkan	19 29, 7 %	35 54,7 %	9 14, 1 %	0 0 %	1 1,6 %	64 100 %
6	Harga produk kudas interior furniture sesuai dengan kegunaannya	25 39, 1 %	28 43,8 %	9 14, 1 %	2 3,1 %	0 0 %	64 100 %
7	Harga produk kudas interior furniture sebanding dengan manfaat yang saya rasakan	25 39, 1 %	30 46,9 %	8 12, 5 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %

*Sumber : Data Primer, 2023*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada pernyataan 1 mengenai harga produk kudas interior furniture sangat terjangkau, sebanyak 24 orang atau 37,5% responden setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 responden atau 1,6% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut memperlihatkan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen dan dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen.

Pernyataan 2 tentang harga produk kudas interior furniture lebih murah dari pada harga yang ditawarkan oleh pesaing, sebanyak 30 responden atau 46,9% setuju dengan pernyataan tersebut dan 4 orang atau 6,3% tidak setuju dengan pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan dalam menawarkan harga produk yang dilakukan oleh kudas interior furniture berbeda dan bersaing dengan produk yang dihasilkan dari pesaing, dalam jenis produk yang sama.

Pernyataan ke 3 yaitu mengenai harga produk kudas interior furniture sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan, sebanyak 35 responden atau 54,7% setuju adanya pernyataan ini dan 2 orang atau

3,1% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut dapat membuktikan bahwasannya harga yang ditawarkan kudos interior furniture sesuai dengan kualitas produk tersebut.

Pernyataan 4 tentang harga produk kudos interior furniture bervariasi sesuai motif dan model yang dipesan oleh konsumen, sebanyak 32 responden atau 50% setuju dengan pernyataan tersebut dan 2 responden atau 3,1% tidak setuju dengan hal tersebut. Hal ini menunjukkan bahwasannya harga yang ditawarkan oleh kudos interior furniture memiliki variasi harga yang beragam sesuai dengan motif ataupun model yang dipesan oleh konsumen tersebut.

Pernyataan 5 yaitu tentang harga produk kudos interior furniture sesuai dengan hasil yang diinginkan, sebanyak 35 orang atau 54,7% setuju dengan hal tersebut dan 1 responden atau 1,6% sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa hasil yang diinginkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka memiliki harga yang beragam yang sudah ditentukan oleh kudos interior furniture sebelumnya.

Pernyataan 6 mengenai harga produk kudos interior furniture sesuai dengan kegunaannya, sebanyak 28 orang atau 43,8% setuju dengan adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 3,1% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya harga yang sudah ditetapkan oleh kudos interior furniture tersebut sesuai dengan kegunaan pada produk.

Pernyataan 7 yaitu tentang harga produk kudos interior furniture sebanding dengan manfaat yang saya rasakan, sebanyak 30 responden atau 46,9% orang setuju dengan pernyataan ini dan 1 responden atau 1,6% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut memperlihatkan bahwasannya harga yang ditawarkan oleh kudos interior furniture sebanding dengan manfaat yang dapat dirasakan dan digunakan oleh konsumen.

### **3. Tanggapan Responden Berdasarkan Desain Produk**

Jawaban responden berdasarkan desain produk dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 6**  
**Desain Produk**

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya suka terhadap model produk yang ditawarkan kudos interior furniture	23 35,9 %	31 48,4 %	9 14,1 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %
2	Saya tertarik karena motif dan model bisa request sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya	29 45,3 %	25 39,1 %	7 10,9 %	3 4,7 %	0 0 %	64 100 %
3	Kudos interior furniture memberikan masukan dan saran terhadap desain produk yang akan saya gunakan	22 34,4 %	27 42,2 %	12 18,8 %	2 3,1 %	1 1,6 %	64 100 %
4	Saya tertarik terhadap gaya produk yang dimiliki oleh kudos interior furniture	26 40,6 %	29 45,3 %	8 12,5 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %
5	Variasi	26	26	11	1	0	64

	desain produk yang ditawarkan kudas interior furniture sangat banyak	40,6 %	40,6 %	17,2 %	1,6 %	0 %	100 %
6	Desain produk yang dimiliki oleh kudas interior furniture selalu kekinian atau up to date	25 39,1 %	30 46,9 %	8 12,5 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %
7	Saya tertarik terhadap desain produk kudas interior furniture melalui platform digital seperti instagram, facebook, web, dll.	29 45,3 %	24 37,5 %	7 10,9 %	1 1,6 %	3 4,7 %	64 100 %

*Sumber : Data Primer, 2023*

Berdasarkan tabel diatas yaitu pada pernyataan 1 mengenai saya suka terhadap model produk yang ditawarkan kudas interior furniture, sebanyak 31 orang atau 48,4% setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 responden atau 1,6% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa model atau bentuk dari produk yang ditawarkan oleh kudas interior furniture dapat membuat konsumen menyukai produk tersebut.

Pada pernyataan 2 mengenai saya tertarik karena motif dan model bisa request sesuai dengan kebutuhan

dan keinginan saya, sebanyak 29 responden atau 45,3% orang sangat setuju dengan adanya pernyataan ini dan 3 responden atau 4,7% tidak setuju dengan pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya seorang konsumen dapat pesan atau request motif serta model yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pernyataan 3 tentang kudus interior furniture memberikan masukan dan saran terhadap desain produk yang akan saya gunakan, sebanyak 27 orang atau 42,2% setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,6% sangat tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut memperlihatkan bahwasannya kudus interior furniture dapat memberikan masukan serta saran terhadap desain produk yang akan digunakan oleh konsumen yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pernyataan 4 yaitu tentang saya tertarik terhadap gaya produk yang dimiliki oleh kudus interior furniture, sebanyak 29 orang atau 45,3% yang setuju dengan pernyataan ini dan 1 responden atau 1,6% orang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut memperlihatkan bahwasannya sebuah gaya yang dimiliki oleh kudus interior furniture dapat menjadi daya Tarik konsumen untuk membeli dan menggunakan produk perusahaan.

Pernyataan 5 mengenai variasi desain produk yang ditawarkan kudus interior furniture sangat banyak, sebanyak 26 responden atau 40,6% sangat setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,6% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya variasi desain produk yang meliputi ukuran, nilai, penampilan dan fitur yang ditawarkan kudus interior furniture sangat banyak dan beragam.

Pernyataan 6 yaitu mengenai desain produk yang dimiliki oleh kudus interior furniture selalu kekinian atau up to date, sebanyak 30 orang atau 46,9% orang yang setuju dengan pernyataan ini dan 1 responden atau 1,6% yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini membuktikan bahwasanya suatu perusahaan yaitu kudus interior furniture harus selalu mengikuti trend terkini agar tidak terlihat ketinggalan zaman atau out of style atau yang biasa dikenal dengan modern.

Dan pernyataan ke 7 yaitu tentang saya tertarik terhadap desain produk kudus interior furniture melalui platform digital seperti instagram, facebook, web, dll. Sebanyak 29 responden atau 45,3% yang setuju dengan pernyataan tersebut dan 3 responden atau 4,7% orang sangat tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial seperti instagram, facebook, web yang dimiliki kudus interior furniture dapat menjadi daya tarik konsumen dan juga menjadi akses konsumen dalam membeli serta menggunakan produk perusahaan.

**4. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Pelanggan**

Jawaban responden berdasarkan kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 7**  
**Kepuasan Pelanggan**

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya merasa puas terhadap produk kudus interior furniture sesuai dengan harapan saya	21 32,8 %	31 48,4 %	10 15,6 %	2 3,1 %	0 0 %	64 100 %
2	Saya merasa puas terhadap produk kudus interior furniture memiliki kualitas yang bagus dan awet	20 31,3 %	32 50,0 %	10 15,6 %	2 3,1 %	0 0 %	64 100 %
3	Saya merasa puas terhadap harga yang ditetapkan kudus interior furniture	20 31,3 %	29 45,3 %	14 21,9 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %
4	Saya akan menggunakan produk kudus interior kembali	16 25,0 %	32 50,0 %	15 23,4 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %

	apabila saya membutuhkannya						
5	Saya merasa kudus interior furniture dapat dipercaya	22 34,4 %	32 50,0 %	7 10,9 %	3 4,7 %	0 0 %	64 100 %
6	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan kudus interior furniture	24 37,5 %	27 42,2 %	12 18,8 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %
7	Saya bersedia untuk merekomendasikan produk kudus interior furniture ke orang lain	26 40,6 %	28 43,8 %	9 14,1 %	1 1,6 %	0 0 %	64 100 %

*Sumber : Data Primer, 2023*

Berdasarkan tabel diatas dapat dijabarkan mengenai pernyataan 1 yaitu saya merasa puas terhadap produk kudus interior furniture sesuai dengan harapan saya, sebanyak 31 responden atau 48,4% orang yang setuju adanya pernyataan tersebut dan 2 orang atau 3,1% tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut membuktikan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur dengan seberapa kesamaan antara kesesuaian pada produk dengan harapan konsumen.

Pernyataan 2 tentang saya merasa puas terhadap produk kudus interior furniture memiliki kualitas yang bagus dan awet, sebanyak 32 responden atau 50% orang yang setuju dengan pernyataan ini dan 2 orang atau 3,1% orang tidak setuju dengan adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa kudus interior furniture memiliki kualitas produk yang bagus serta awet dalam penggunaannya sehingga dapat menimbulkan kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

Pernyataan ke 3 yaitu mengenai saya merasa puas terhadap harga yang ditetapkan kudus interior furniture, sebanyak 29 orang atau 45,3% orang yang setuju dengan pernyataan ini dan 1 responden atau 1,6%



orang tidak setuju dengan adanya pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh kudos interior furniture dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk perusahaan.

Pernyataan 4 tentang saya akan menggunakan produk kudos interior kembali apabila saya membutuhkannya, yaitu sebanyak 32 orang atau 50% orang yang setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 responden atau 1,6% tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwasanya jika konsumen membutuhkan produk interior akan membeli dan menggunakan produk yang dimiliki oleh kudos interior furniture.

Pernyataan 5 yaitu tentang saya merasa kudos interior furniture dapat dipercaya, sebanyak 32 orang atau 50% setuju dengan pernyataan ini dan 3 orang atau 4,7% orang tidak setuju dengan adanya pernyataan ini. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa kepuasan konsumen dapat dilihat atau diukur dari bagaimana konsumen dapat mempercayai perusahaan yaitu kudos interior furniture.

Pernyataan 6 tentang saya puas terhadap pelayanan yang diberikan kudos interior furniture, sebanyak 27 orang atau 42,2% orang yang setuju dengan pernyataan tersebut dan 1 orang atau 1,6% orang yang tidak setuju adanya pernyataan ini. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya suatu pelayanan yang baik itu sangat penting yang harus diterapkan oleh kudos interior furniture yang akan menimbulkan kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

Dan pernyataan 7 yaitu mengenai saya bersedia untuk merekomendasikan produk kudos interior furniture ke orang lain, sebanyak 28 orang atau 43,8% yang setuju dengan pernyataan ini dan 1 responden atau 1,6% orang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal tersebut membuktikan bahwasanya kepuasan pelanggan dapat diukur dengan memastikan apakah seorang pelanggan akan menyarankan barang atau jasa kepada orang lain, misalnya kepada teman maupun keluarga.

**D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan 64 responden. Nilai  $r$  tabel yang dihasilkan untuk  $(df=n-2) = 64$  yaitu 0,254. Tujuan uji coba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah usaha untuk mengetahui validitas, suatu instrument bisa dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur.<sup>1</sup>

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 29 for Windows

**1. Uji Validitas**

a. Kepuasan Pelanggan

Hasil uji validitas kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**  
**N = 64**

N o	Pertanya an	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Signifikan si	Keterang an
1	Item 1	0,859	0,254	0,001	Valid
2	Item 2	0,858	0,254	0,001	Valid
3	Item 3	0,853	0,254	0,001	Valid
4	Item 4	0,876	0,254	0,001	Valid
5	Item 5	0,810	0,254	0,001	Valid
6	Item 6	0,869	0,254	0,001	Valid
7	Item 7	0,863	0,254	0,001	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan taraf signifikasi  $< 0,05$ , sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan adalah valid.

<sup>1</sup> Arikunto Suharsimi, *marian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

b. Kualitas Produk

Hasil uji validitas kualitas produk dapat ditunjukkan seperti pada tabel berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Uji Validitas Kualitas Produk**  
**N = 64**

N o	Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Signifikan si	Keterangan
1	Item 1	0,790	0,25 4	0,001	Valid
2	Item 2	0,718	0,25 4	0,001	Valid
3	Item 3	0,631	0,25 4	0,001	Valid
4	Item 4	0,711	0,25 4	0,001	Valid
5	Item 5	0,792	0,25 4	0,001	Valid
6	Item 6	0,763	0,25 4	0,001	Valid
7	Item 7	0,795	0,25 4	0,001	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan tarak signifikasi  $< 0,05$ , sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel kualitas produk adalah valid.

c. Harga

Hasil uji validitas harga dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Uji Validitas Harga**  
**N = 64**

N o	Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Signifikan si	Keterangan
1	Item 1	0,810	0,25 4	0,001	Valid
2	Item 2	0,680	0,25 4	0,001	Valid
3	Item 3	0,822	0,25	0,001	Valid

			4		
4	Item 4	0,786	0,25 4	0,001	Valid
5	Item 5	0,824	0,25 4	0,001	Valid
6	Item 6	0,837	0,25 4	0,001	Valid
7	Item 7	0,815	0,25 4	0,001	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan tarak signifikasi  $< 0,05$ , sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel harga adalah valid.

d. Desain Produk

Hasil uji validitas desain produk dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 11**  
**Uji Validitas Desain Produk**  
**N = 64**

N o	Pertanya an	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Signifikan si	Keterang an
1	Item 1	0,835	0,25 4	0,001	Valid
2	Item 2	0,879	0,25 4	0,001	Valid
3	Item 3	0,867	0,25 4	0,001	Valid
4	Item 4	0,840	0,25 4	0,001	Valid
5	Item 5	0,816	0,25 4	0,001	Valid
6	Item 6	0,816	0,25 4	0,001	Valid
7	Item 7	0,863	0,25 4	0,001	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$

dan tarak signifikasi  $< 0,05$ , sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel desain produk adalah valid.

**2. Uji Reliabilitas**

Tujuan ujicoba instrumen yang berhubungan dengan kualitas adalah upaya untuk mengetahui reliabilitas. instrumen tersebut dapat mengukur apa yang dimaksud dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan diantara subjek.<sup>2</sup>

Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan seperti dibawah ini :

**Tabel 4. 12**  
**Uji Reliabilitas**

**N = 64**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan	0,939	$\geq 0,60$	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,865	$\geq 0,60$	Reliabel
3	Harga	0,902	$\geq 0,60$	Reliabel
4	Desain Produk	0,931	$\geq 0,60$	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa seluruh dimensi masing-masing variabel memiliki nilai *cronboach alpha*  $\geq 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel.

**E. Hasil Uji Asumsi Klasik**

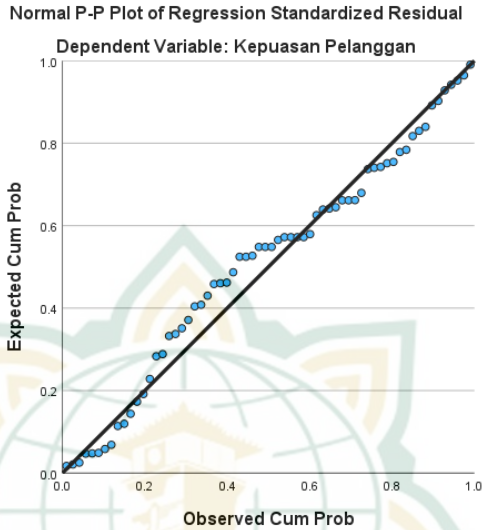
**1. Uji Normalitas**

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:

---

<sup>2</sup> Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 228.

**Gambar 4 2**  
**Uji Normalitas**



Sumber: Output Olah Data SPSS Versi 29.0

Berdasarkan gambar 4.2 diatas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan bahwa pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**2. Uji Multikolinieritas**

Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 13**  
**Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	0,297	3,364
	Harga	0,195	5,124
	Desain Produk	0,229	4,362

Sumber: Data diolah, 2023

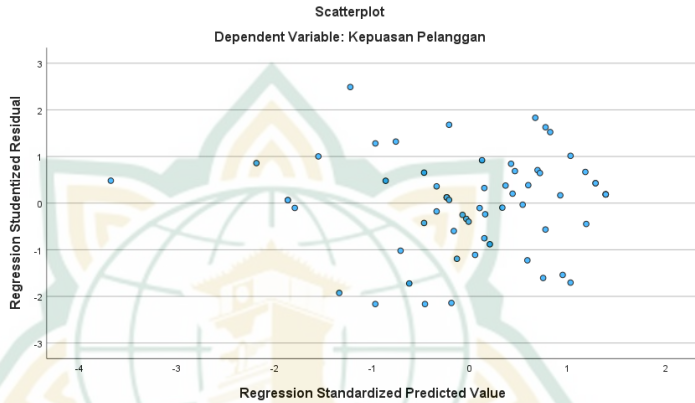
Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa angka *Tolerance* diatas >0,1 dan mempunyai nilai

*VIF* di bawah  $< 10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

**3. Uji Heteroskedastisitas**

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4 3**  
**Uji Heteraskedastisitas**



*Sumber: Output Olah Data SPSS Versi 29.0*

Berdasarkan gambar 4.3 diatas tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4. Uji Autokorelasi**

Hasil uji autokorelasi dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 14**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.918 <sup>a</sup>	0,842	0,834	1,87875	1,933

a. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

*Sumber: Data diolah, 2023*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai Durbin watson sebesar 1,933. Sehingga nilai DW berada diantara  $dU (1,6946) < DW ( 1,933) < 4 - dU ( 4 - 1,6946 = 2,3054 )$  . Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Yang berarti bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak terpengaruhi atau terganggu oleh variabel pengganggu.

**F. Hasil Analisis Data**

**1. Hasil Analisis Regresi Berganda**

Hasil pengujian analisis regresi berganda dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 15**  
**Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	0,223	1,789	
Kualitas Produk	0,101	0,110	0,086
Harga	0,441	0,125	0,409
Desain Produk	0,442	0,102	0,465

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,223+0,101X_1+0,441X_2+0,442X_3e$$

Uraian persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan, yaitu :

1) Konstanta

Konstanta memiliki nilai positif sebesar 0,223. Positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independent yang meliputi Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Desain Produk (X3) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan (konstan), maka rata-rata kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,223.

2) Kualitas Produk (X1)

Hasil koefisien regresi dari *kualitas produk* adalah positif artinya harga mengalami



peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,101, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan

3) Harga (X2)

Hasil koefisien regresi dari *harga* adalah positif artinya harga mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,441, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan

4) Desain Produk (X3)

Hasil koefisien regresi dari *desain produk* adalah positif artinya harga mengalami peningkatan satu satuan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,442, dengan syarat seluruh variabel adalah konstan

2. Hasil Analisis Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Signifikan Parameter Parsial (Uji-T)

Hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 16

Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,223	1,789		0,125	0,901
	Kualitas Produk	0,101	0,110	0,086	0,918	0,362
	Harga	0,441	0,125	0,409	3,518	0,001
	Desain Produk	0,442	0,102	0,465	4,339	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah, 2023

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,918 kurang dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi sebesar  $0,362 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak yang

berarti tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan  
Berdasarkan hasil pengujian mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,518 lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengaruh Desain Produk terhadap Kepuasan Pelanggan  
Berdasarkan hasil pengujian mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,339 lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh desain produk terhadap kepuasan pelanggan.

b. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji-F)

Hasil pengujian uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 17**  
**Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1129.155	3	376.385	106.633	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	211.782	60	3.530		
	Total	1340.938	63			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk, Harga

*Sumber : Data diolah, 2023*

Berdasarkan tabel diatas mendapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 106,633 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,755 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) taraf signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti terdapat pengaruh antara kualitas

produk, harga, dan desain produk terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

c. Koefisien Determinasi  $R^2$

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 18**  
**Koefisien Determinasi  $R^2$**   
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 <sup>a</sup>	.842	.834	1.87875

a. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk, Harga

*Sumber : Data diolah, 2023*

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bawa nilai *R Square* sebesar 0,834 atau 83,4%, artinya variasi besarnya kepuasan pelanggan bisa dijelaskan oleh kualitas produk, harga dan desain produk sedangkan sisanya 16,6% lainnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**G. Pembahasan dan Analisis**

**1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kudus Interior Furniture**

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 29.0 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,918 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi sebesar  $0,362 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian Winda Wahyu Rimania, 2020 menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Afnina, 2018 kualitas produk bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Tetapi hasil penelitian Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif (2020) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.<sup>3</sup> Produk yaitu apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan dikonsumsi, digunakan, dibeli dan

<sup>3</sup> Mariansyah dan Darma, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu." (2020).

diperhatikan yang bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kudus interior furniture senantiasa mengedepankan kualitas pada suatu produk yang mengikuti zaman atau yang sedang trend, adapun produk-produk yang dihasilkan perusahaan mempunyai kualitas produk yang baik dipadankan dengan kualitas produk yang dimiliki lawan bisnis.

## 2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kudus Interior Furniture

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 29.0 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,518 lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti positif yaitu terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini searah dengan penelitian Arini Isfahila, Feti Fatimah, Wahyu Eko S, 2018 yang memperlihatkan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Umah Batik Sayu Wiwit. Penelitian Winda Wahyu Rimania, 2020 yang memperlihatkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian Malikatus Sholihah, Tri Bodroastuti, Lita Apriani Rustian, 2022 menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga merupakan factor penting bagi konsumen sebagai bahan pertimbangan konsumen sebelum membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>4</sup>

Dalam hal ini dalam menetapkan harga pada produk kudus interior furniture diselaraskan dengan kualitas produknya dan tergolong memiliki harga yang lebih murah di bandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing.

## 3. Pengaruh Desain Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kudus Interior Furniture

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 29.0 diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,339 lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan

---

<sup>4</sup> Indah Dwi Kurniasih, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)," *Jurnal Administrasi Bisnis 1*, 2012, 43.

bahwa  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh desain produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Winda Wahyu Rimania, 2020 yang menunjukkan bahwa Desain berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. artinya semakin baik desain akan menumbuhkan kepuasan pelanggan. Penelitian Arini Isfahila, Feti Fatimah, Wahyu Eko S, 2018 memperlihatkan bahwa desain berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Umah Batik Sayu Wiwit. Desain produk adalah keseluruhan fitur yang mempengaruhi rasa, tampilan, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>5</sup>

Desain produk yang menjadi landasan Kudus Interior Furniture kepada kebutuhan konsumen adalah keinginan pada pribadi masing-masing dari konsumen. Jadi desain produk yang dikeluarkan sesuai dengan keinginan atau request pelanggan.

#### **4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kudus Interior Furniture**

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 29.0 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 106,633 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,755 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) taraf signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga, dan desain produk terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Penelitian Arini Isfahila, Feti Fatimah, Wahyu Eko S, 2018 memperlihatkan variabel harga, desain dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Winda Wahyu Rimania, 2020 menunjukkan bahwa ada pengaruh desain, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Penelitian Malikatus Sholihah, Tri Bodroastuti, Lita Apriani Rustian, 2022 menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk Kudus Interior Furniture selalu mengedepankan kualitas produk yang upto date, adapun produk yang dihasilkan memiliki kualitas produk yang baik dibandingkan

---

<sup>5</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13 Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2009), 10.

dengan kualitas produk pesaing. Selain itu Kudus Interior Furniture harga disesuaikan dengan kualitas produknya serta tergolong memiliki harga yang murah dibandingkan harga pesaing. Selanjutnya desain produk yang didasarkan oleh Kudus Interior Furniture kepada kebutuhan konsumen, pada pribadi masing-masing. Jadi desain produk yang dikeluarkan sesuai dengan keinginan atau request pelanggan.

