

Analisis Pengaruh Desain, Kualitas, dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Para Pelaku UMKM di Rumah Kemasan Humbang Hasundutan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda

Kristine Lumban Gaol, Jomial Aidil Saifuddin Z. S

Jurusan Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya
Koresponden email: 21032010045@student.upnjatim.ac.id, jomialaidil.ti@upnjatim.ac.id

Diterima: 3 Januari 2025

Disetujui: 16 Januari 2025

Abstract

MSMEs play a major role in Indonesia's economy, both as job providers and as key drivers of economic growth. However, MSME players often face challenges in maintaining competitiveness in an increasingly competitive market. This study aims to analyze the influence of design, quality, and price on the level of satisfaction of MSME players at the Humbang Hasundutan Packaging House. This Packaging House was established to improve the quality of local product packaging to make it more attractive and competitive. The research method uses a multiple linear regression analysis approach with primary data obtained from questionnaires filled out by local MSME players. The results showed that design and price have a significant influence on the level of satisfaction of small and medium enterprises (MSMEs), with design being the most dominant. An attractive design can increase product attractiveness and strengthen brand identity. Prices that match product quality are also proven to be able to provide more value for customers. However, product quality partially does not have a significant effect on satisfaction levels, which may be due to differences in customer perceptions or expectations. The coefficient of determination of 59.4% indicates that the design, quality and price variables are good enough to explain variations in the level of satisfaction of MSMEs, while the rest is influenced by other factors that have not been studied. Based on these results, it is recommended that future research explore other variables, such as service or innovation, which may contribute to MSME satisfaction more comprehensively.

Keywords: *multiple linear regression analysis, spss, micro, small and medium enterprises*

Abstrak

UMKM mempunyai peran yang sangat utama atas perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja ataupun pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini tujuannya guna menganalisis pengaruh desain, kualitas, serta harga atas tingkat kepuasan para pelaku UMKM pada Rumah Kemasan Humbang Hasundutan. Rumah Kemasan ini didirikan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk lokal agar lebih menarik dan kompetitif. Metode penelitian menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda dengan data primer yang didapatkan atas kuesioner yang diisi atas pelaku UMKM setempat. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya desain dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan atas tingkat kepuasan perusahaan kecil dan menengah (UMKM), dengan desain yang paling dominan. Desain yang menarik bisa menaikkan daya tarik produk dan memperkuat identitas merek. Harga yang sesuai dengan kualitas produk juga terbukti mampu memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Namun, kualitas produk dengan parsial tidak memberikan pengaruh signifikan atas tingkat kepuasan, yang mungkin disebabkan oleh perbedaan persepsi atau ekspektasi pelanggan. Koefisien determinasi sebesar 59,4% mengindikasikan bahwa variabel desain, kualitas, dan harga cukup baik dalam menjelaskan variasi tingkat kepuasan UMKM, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya yang belum dikaji. Atas hasil ini, disarankan penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel lain, seperti pelayanan atau inovasi, yang mungkin berkontribusi terhadap kepuasan UMKM secara lebih komprehensif.

Kata Kunci: *analisis regresi linear berganda, spss, usaha mikro kecil menengah.*

1. Pendahuluan

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting bagi ekonomi Indonesia. Menurut data yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2019, UMKM menyumbang lebih dari 97% tenaga kerja dan sekitar 60% dari PDB nasional. Oleh karena itu, keberhasilan dan keberlanjutan usaha UMKM sangat memengaruhi perekonomian daerah dan nasional. Namun, di tengah

kemajuan teknologi dan persaingan yang semakin ketat, banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk mereka. Adapun faktor penting dalam memenangkan persaingan pasar salah satunya adalah kualitas kemasan produk [1].

Desain kemasan mempunyai peranan yang sangat utama saat menentukan persepsi konsumen atas suatu produk. Desain kemasan yang menarik dapat memberikan kesan pertama yang kuat bagi konsumen dan menjadi faktor pembeda di pasar yang sangat kompetitif [2]. Desain kemasan yang baik tidak hanya berfungsi guna menarik perhatian, namun pula dapat menggambarkan identitas merek, serta memberikan informasi yang diperlukan konsumen mengenai produk yang dijual [3]. Hal ini sangat relevan bagi pelaku UMKM yang ingin meningkatkan daya tarik produk mereka, terutama di pasar yang penuh dengan produk serupa. Selain itu, desain kemasan juga menjadi salah satu elemen penting dalam menciptakan kesan profesionalisme dan kredibilitas bagi produsen [4].

Kualitas kemasan juga menjadi faktor penentu dalam keberhasilan pemasaran suatu produk. Kualitas kemasan tidak hanya berhubungan dengan daya tarik visual, tetapi juga dengan fungsinya dalam melindungi produk dari kerusakan selama proses distribusi. Kemasan yang berkualitas dapat mengurangi risiko kerusakan produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam konteks UMKM, kualitas kemasan juga berperan sebagai indikator keseriusan pelaku usaha dalam memperhatikan detail dan kualitas produk mereka. Oleh karena itu, penting bagi Rumah Kemasan Humbang Hasundutan untuk menyediakan layanan kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga fungsional, agar dapat memenuhi ekspektasi para pelaku UMKM [5].

Harga kemasan menjadi faktor ketiga yang tidak kalah penting dalam menentukan kepuasan pelaku UMKM. Penetapan harga yang tepat untuk jasa kemasan dapat mempengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Harga yang kompetitif akan menarik pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dana untuk berinvestasi dalam pengemasan produk mereka. Di sisi lain, harga yang terlalu tinggi dapat membebani pelaku UMKM yang sudah menghadapi tantangan dalam hal modal dan pemasaran. Oleh karena itu, harga yang terjangkau, namun tetap dapat menjamin kualitas kemasan yang optimal, menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan hubungan antara Rumah Kemasan dan pelaku UMKM [6].

Kepuasan pelanggan atau pelaku UMKM adalah indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas produk dan layanan yang diterima. Dalam konteks layanan kemasan, kepuasan pelaku UMKM dapat dipengaruhi oleh seberapa baik desain kemasan yang diterima memenuhi kebutuhan estetika dan fungsionalitas produk mereka, sejauh mana kualitas kemasan mampu menjaga keselamatan produk, serta apakah harga yang dibayar sesuai dengan nilai yang diterima [7].

Rumah Kemasan di Humbang Hasundutan adalah sebuah fasilitas yang dibangun untuk mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah tersebut. Rumah Kemasan Humbang Hasundutan didirikan pada tahun 2023 menggunakan Dana Alokasi Khusus dari kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Tujuan utama dari Rumah Kemasan adalah untuk meningkatkan kualitas kemasan produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM setempat. Dengan adanya fasilitas ini, diharapkan produk-produk UMKM di Humbang Hasundutan dapat memiliki ciri khas yang menarik dan daya saing yang lebih baik di pasar. Rumah Kemasan juga berperan dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata di Humbang Hasundutan, terutama karena daerah ini berdekatan dengan Danau Toba, salah satu destinasi wisata super prioritas di Indonesia. Dengan memperkuat branding dan kemasan produk lokal, diharapkan akan ada peningkatan dalam jumlah wisatawan yang tertarik untuk membeli produk-produk lokal sebagai oleh-oleh atau cinderamata. Dengan demikian, Rumah Kemasan tidak hanya berkontribusi pada pengembangan UMKM tetapi juga pada pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan.

2. Metode Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Dinas Koperasi, Perdagangan, dan Tenaga Kerja di Rumah Kemasan Humbang Hasundutan yang terletak di Jl. Mayor Saur H. Purba Kompleks Perkantoran Bukit Inspirasi Dolong Sanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara, 22457. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data digunakan dengan penelitian lapangan meliputi pengamatan, kuesioner/angket, dokumentasi. Lalu juga dengan melakukan tinjauan kepustakaan meliputi mengumpulkan data-data pelaku usaha industri mikro kecil menengah melalui dinas koperasi, perdagangan dan tenaga kerja mengumpulkan dokumen, dan mengombinasikan hubungan data yang diperoleh [8]. Populasi yang ditentukan pada penelitian kali ini adalah seluruh pelaku industri UMKM di Humbang Hasundutan yang memproduksi kemasan produknya di Rumah Kemasan Humbang Hasundutan. Metode pengambilan data dilakukan secara random sampling, di mana pengumpulan data yang dipakai ialah berasal dari kuesioner

yang telah dibagikan atas seluruh pelaku usaha juga data yang dipakai ialah data dari para responden yang telah mengisi kuesioner tersebut [9]. Data yang digunakan adalah data primer yang merupakan data yang didapatkan langsung berasal atas sumber objek penelitian. Sumber data primer sendiri ialah kuesioner juga juga observasi atas responden terkait pengaruh atas variabel-variabel yang terdapat di penelitian ini [10].

Metode analisis untuk penyelesaian studi kasus atas penelitian memakai analisis regresi linear berganda [11]. Analisis regresi linear berganda ialah satu diantara teknik analisis data statistik lanjutan atau pengembangan dari analisis regresi sederhana guna pemodelan data atas konsep persamaan garis linear. Proses analisisnya dilaksanakan melalui cara melakukan analisa korelasi dua ataupun lebih variabel bebas ataupun prediktor yang dengan umum dinotasikan sebagai variabel X, variabel bebas itu nantinya akan dipakai guna menentukan nilai atas variabel terikat yang terdiri dari satu variabel dan biasanya dinotasikan sebagai Y [12]. Data yang sebelumnya telah didapatkan melalui kuesioner yang telah dibagikan akan diolah menggunakan analisis regresi linear berganda ini pada software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) yang ialah perangkat lunak guna analisa statistik juga manajemen data berdasarkan permasalahan statistika yang umumnya terjadi pada bidang bisnis dan penelitian sehingga menjadikan SPSS sebagai alat bantu analitik yang prediktif [13].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Kualitas Data

- Uji Validitas

Uji validitas diimplementasikan guna mengukur derajat ketepatan pada tiap item pertanyaan di dalam kuesioner, pertanyaan yang ada dikatakan valid jika nilai korelasi hitung (r hitung) lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi tabelnya (r tabel). Selain itu juga bisa menggunakan acuan pada nilai signifikansinya harus lebih kecil daripada 0,05 [14]. Hasil uji validitas pada penelitian adalah sebagai berikut:

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.634**	.601**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.634**	1	.728**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.601**	.728**	1	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
X1	Pearson Correlation	.788**	.834**	.884**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Gambar 1. Hasil Uji Validitas Variabel X1

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.520**	.725**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.520**	1	.510**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000
	N	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.725**	.510**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	40	40	40	40
X2	Pearson Correlation	.845**	.788**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Gambar 2. Hasil Uji Validitas Variabel X2

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.645**	.689**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
X3.2	Pearson Correlation	.645**	1	.851**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
X3.3	Pearson Correlation	.689**	.851**	1	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
X3	Pearson Correlation	.775**	.910**	.935**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Gambar 3. Hasil Uji Validitas Variabel X3

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.585**	.589**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
Y2	Pearson Correlation	.585**	1	.615**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
Y3	Pearson Correlation	.589**	.615**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
Y	Pearson Correlation	.815**	.798**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

Gambar 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Berdasarkan gambar hasil uji validitas variabel X1, X2, X3, dan Y di atas dapat dilihat bahwa semua item pertanyaan mulai dari indikator Desain, Kualitas dan Harga memiliki nilai r hitung > r tabel dimana nilai r tabel adalah sebesar 0,3120 serta nilai signifikansi < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pertanyaan yang ada sudah valid.

• Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan guna mengindikasikan akurasi ketepatan juga konsistensi variabel dari kuesioner. Data variabel diberi indikator penelitian yang mensyaratkan satu pengujian konsistensi atas uji reliabilitas, jadi data yang dipakai benar terpercaya dan bisa dikatakan memenuhi keandalan untuk analisis lebih lanjut. Suatu variabel dianggap telah reliabel atau andal apabila nilai *cronbach's alpha* yang didapatkan > 0,60 [14]. Terdapat hasil uji reliabilitas pada penelitian ialah berikut ini:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	3

Gambar 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	3

Gambar 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	3

Gambar 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	3

Gambar 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* secara berturut-turut adalah 0,846, 0,802, 0,890, 0,812 yang dimana nilai nya > 0,60. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua variabel sudah memenuhi keandalah atau sudah reliabel.

3.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang berisi beberapa tahapan uji lanjutan seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heterokedastisitas dilaksanakan atas model regresi yang dipakai supaya bisa diperoleh bahwa model yang digunakan itu ialah model regresi yang baik atautakah tidak [15]. Syarat untuk regresi yang baik ialah dengan distribusi data normal ataupun mendekati normal, apabila data tidak terdistribusi secara normal jadi perlu dilaksanakan perubahan data. Berikutnya, model regresi yang baik ialah model yang tidak ada gejala multikolinearitas dan heterokedastisitas [16].

- **Uji Normalitas**

Uji normalitas ialah sebuah uji yang dipakai guna mengetahui apakah model regresi variabel terikat juga variabel bebas mempunyai distribusi normal dan nilai residualnya normal atau hampir normal. Pada penelitian ini, uji normalitas Kolmogorov Smirnov digunakan, atas kriteria bahwa apabila signifikansi Kolmogorov Smirnov kurang atas 0,05 jadi data dianggap normal, dan apabila signifikansi lebih besar atas 0,05 jadi data dianggap normal [13]. Berikut merupakan hasil uji normalitas data penelitian:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	.46877397
Most Extreme Differences	Absolute	.204
	Positive	.204
	Negative	-.182
Kolmogorov-Smirnov Z		1.289
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Gambar 9. Hasil Uji Normalitas

Untuk hipotesis yang digunakan pada uji normalitas adalah jika nilai signifikansi > 0,05, maka data yang digunakan telah terdistribusi normal, begitu juga sebaliknya. Dari gambar 3.9 dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang didapatkan adalah sebesar 0,072 yang berarti lebih besar daripada 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan telah terdistribusi secara normal.

- **Uji Multikolinieritas**

Nilai Faktor Inflansi Variasi (VIF) dan *torelance value* untuk masing-masing variabel independen digunakan untuk melakukan uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah ada variabel independen yang

saling berkorelasi atau tidak. Gejala multikolinieritas dianggap tidak ada jika torelance value lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 [17]. Hasil uji multikolinieritas penelitian adalah sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.469	2.133
	X2	.422	2.368
	X3	.817	1.224

a. Dependent Variable: Y

Gambar 10. Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil di **Gambar 10** didapatkan nilai *torelance* atas masing-masing variabel independen berada > 0,10. Demikian pula nilai atas VIF dari masing-masing variabel independen <10. Untuk variabel X1 mempunyai nilai *torelance* 0,469 juga VIF sejumlah 2,133, variabel X2 mempunyai nilai *torelance* 0,422 juga VIF sejumlah 2,368, juga variabel X3 memiliki nilai *torelance* 0,817 juga VIF sejumlah 1,224. Oleh sebab itu, bisa didapatkan bahwasanya data variabel yang dipakai sama sekali tidak menunjukkan gejala multikolinieritas atau tidak gagal dalam uji multikolinieritas.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam perbedaan residual model regresi pada satu pengamatan tertentu. Pada studi ini, heteroskedastisitas diuji menggunakan uji Glejser. Periksa ini membandingkan signifikan jika hasilnya sig lebih dari 0,05 atau 5%. Jika hasilnya lebih dari 5%, maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas [17]. Hasil tes menunjukkan nilai heteroskedastisitas sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.303	.330		3.949	.000
	X1	-.101	.098	-.222	-1.030	.310
	X2	-.094	.092	-.231	-1.018	.315
	X3	-.034	.059	-.094	-.575	.569

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikan variabel independen lebih besar dari 0,05, seperti yang ditunjukkan oleh hasil di **Gambar 11**. Variabel X1 menerima nilai signifikan 0,310, variabel X2 menerima nilai signifikan 0,315, dan variabel X3 menerima nilai signifikan 0,569. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen nilai absolute unstandardized residual (Absu) tidak mengalami pengaruh yang signifikan secara statistik dari variabel independen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gejala heteroskedastisitas tidak ditemukan dalam model regresi.

3.3. Persamaan Regresi Linear Berganda

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, kita dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu X1 (desain), X2 (kualitas), dan X3 (harga), terhadap variabel dependen, yaitu Y (tingkat kepuasan UMKM). Pengaruh variabel independen dan dependen secara simultan dan parsial diukur. Persamaan regresi linier berganda saat ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \epsilon$$

dimana:

Y = pengamatan pertama pada variabel terikat

α = pengamatan parameter variabel konstan

$\beta_1 X_1$ = parameter koefisien regresi variabel bebas

$\beta_n X_n$ = parameter banyaknya sampel koefisien regresi variabel bebas

ε = pengamatan pertama variabel kesalahan

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan *software* IBM SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.617	.521		1.183	.244
	X1	.496	.155	.496	3.196	.003
	X2	.069	.146	.077	.472	.640
	X3	.301	.093	.382	3.251	.002

a. Dependent Variable: Y

Gambar 12. Hasil Uji Koefisien regresi Linier Berganda

Hasil Uji koefisien regresi linier berganda di atas jika diimplementasikan pada persamaan regresi linier berganda akan menjadi:

$$Y = 0,617 + 0,496 + 0,077 + 0,382$$

Selanjutnya dengan hasil yang telah didapatkan dapat diambil kesimpulan jika nilai dari variabel bebas yang digunakan yaitu Desain, Kualitas dan Harga dalam keadaan nilai nol, maka variabel terikat yang digunakan yaitu tingkat kepuasan UMKM memiliki nilai 0,617. Selanjutnya untuk variabel X1 yaitu Desain jika mengalami kenaikan tiap satu satuan, jadi nantinya ada kenaikan atas nilai variabel desain sejumlah 0,496. Lalu untuk variabel X2 yaitu kualitas jika mengalami kenaikan tiap satuan, jadi nantinya ada kenaikan atas variabel kualitas sejumlah 0,077. Dan untuk variabel X3 yaitu Harga jika terjadi kenaikan tiap satu satuan, jadi nantinya ada kenaikan atas variabel Harga sebesar 0,382. Jadi dapat dilihat bahwa dari hasil nilai koefisien regresi tiga variabel bebas yang ada, jadi bisa didapatkan untuk ketiga variabel mempunyai pengaruh signifikan atas variabel kepuasan UMKM.

3.4. Uji Hipotesis

- **Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model, analisis koefisien determinasi digunakan [17]. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *output model summary* dari analisis regresi berganda [17]. Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.560	.488

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

Gambar 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Dari gambar yang terlihat di atas dapat dilihat bahwa nilai *R Square* (R^2) yang dihasilkan adalah sebesar 0,594 atau 59,4%. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel desain, kualitas, dan harga mampu menjelaskan nilai dari variabel tingkat kepuasan UMKM sebesar 59,4% dan sedangkan nilai sisanya diperoleh dari variabel-variabel lain yang tidak ikut digunakan dalam penelitian ini.

- **Uji F**

Pada dasarnya, uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel bebas dalam model mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan. Dengan membandingkan nilai F tabel dan F hitung atau dengan membandingkan nilai sig dan $\alpha = 0,05$, dapat diketahui apakah model regresi yang digunakan adalah model tetap [17]. Hasil uji F adalah sebagai berikut berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.530	3	4.177	17.544	.000 ^b
	Residual	8.570	36	.238		
	Total	21.100	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Gambar 14. Hasil Uji F

Nilai F hitung sebesar 17.544 ditemukan berdasarkan **Gambar 14**, yang menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 2,87, dan nilai signifikansi adalah 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (harga, kualitas, dan desain) berpengaruh terhadap variabel dependen (tingkat kepuasan UMKM) secara bersamaan atau secara bersamaan.

• Uji T

Hasil Uji T dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada hasil *software* SPSS, Uji T dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau masing-masing [18]. Untuk hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Ho₁ = Variabel desain tidak berpengaruh signifikan atas tingkat kepuasan UMKM
- Ha₁ = Variabel desain berpengaruh signifikan atas tingkat kepuasan UMKM
- Ho₂ = Variabel kualitas tidak berpengaruh signifikan atas tingkat kepuasan UMKM
- Ha₂ = Variabel kualitas berpengaruh signifikan atas tingkat kepuasan UMKM
- Ho₃ = Variabel harga tidak berpengaruh signifikan atas tingkat kepuasan UMKM
- Ha₃ = Variabel harga berpengaruh signifikan atas tingkat kepuasan UMKM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.617	.521		1.183	.244
	X1	.496	.155	.496	3.196	.003
	X2	.069	.146	.077	.472	.640
	X3	.301	.093	.382	3.251	.002

a. Dependent Variable: Y

Gambar 15. Hasil Uji T

Dari gambar di atas dapat dilihat hasil bahwasanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (masing-masing) adalah sebagai berikut:

- Nilai T Hitung variabel Desain adalah sebesar 3.196 > dari nilai T Tabel yaitu 2,028 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,003 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka didapatkan variabel desain secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan UMKM.
- Nilai T Hitung variabel Kualitas adalah sebesar 0,472 < dari nilai T Tabel yaitu 2,028 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,640 > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak. Maka didapatkan variabel kualitas secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan UMKM.
- Nilai T Hitung Harga adalah sebesar 3,251 > dari nilai T Tabel yaitu 2,028 dan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,002 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Maka didapatkan variabel harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan UMKM.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa desain, kualitas, dan harga memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat kepuasan UMKM di Rumah Kemasan Humbang Hasundutan, meskipun pengaruhnya berbeda-beda. Desain produk terbukti memberikan pengaruh signifikan dan menjadi salah satu faktor yang dominan. Desain yang menarik bukan hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga memperkuat identitas merek, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual produk. Harga juga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan UMKM. Strategi

penetapan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai produk menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Harga yang sebanding dengan kualitas produk mampu memberikan kesan positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk UMKM. Sebaliknya, kualitas produk tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan UMKM. Hal ini dapat disebabkan oleh persepsi pelanggan yang lebih terfokus pada faktor desain dan harga dibandingkan kualitas, atau adanya standar kualitas yang sudah dianggap cukup baik oleh pelanggan sehingga tidak memberikan perbedaan signifikan.

Secara keseluruhan, model penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 59,4% variasi tingkat kepuasan UMKM berdasarkan variabel desain, kualitas, dan harga. Sisanya sebesar 40,6% berasal dari pengaruh faktor lain yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini, seperti pelayanan, distribusi, atau inovasi produk. Penelitian ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan kepuasan UMKM, pelaku usaha perlu memberikan perhatian lebih pada pengembangan desain produk yang menarik dan inovatif, serta strategi dalam menetapkan harga yang sesuai dengan nilai produk. Sementara itu, kualitas tetap harus dipertahankan pada standar tertentu untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memberikan kontribusi lebih besar terhadap kepuasan UMKM, seperti aspek pelayanan, promosi, atau keberlanjutan produk.

5. Daftar Pustaka

- [1] Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2019). *Laporan Tahunan Koperasi dan UMKM 2019*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- [2] Suryani, N. (2021). Peran Desain Kemasan dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(4), 215-229.
- [3] Daryanto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Kemasan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 121-134.
- [4] Suyanto, R. (2020). Strategi Diferensiasi untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 15(2), 87-99.
- [5] Hadi, S., & Yulianto, T. (2020). Kualitas Kemasan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Produk UMKM. *Jurnal Riset Pemasaran*, 11(1), 45-56.
- [6] Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 101-112.
- [7] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi.
- [8] V. Senggetang, S.L. Mandey, S. Moniharapon, "Pengaruh lokasi, promosi, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 7, no. 1, pp. 881-890, 2019.
- [9] A.W. Suherman dan C. Hongdiyanto, "Pengaruh promosi, cita rasa, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk milkmo," *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 5, no. 3, pp. 233-241, 2020.
- [10] V.V. Dinata, T.S. Fung, N. Sutisna, "Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air mineral Le-Mineral pada toko retail Kota Tangerang (studi kasus di PT. Laris Food Indonesia)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 17, no. 3, pp. 1-9, 2019.
- [11] M.R. Aulia dan Hafasnuddin, "Pengaruh kualitas layanan, kepuasan, dan religiusitas terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, vol. 6, no. 1, pp. 108-121, 2021.
- [12] A. Luthfiarta, dkk., "Analisa prakiraan cuaca dengan parameter suhu, kelembaman, tekanan udara, dan kecepatan angin menggunakan regresi linear berganda," *Journal of Information System*, vol. 5, no. 1, pp. 10-17, 2020.
- [13] B.A. Wisudaningsi, I. Arofah, K.A. Belang, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda," *Jurnal Statistika dan Matematika*, vol. 1, no. 1, pp. 103-116, 2019.
- [14] R. Alfatiyah, S. Bastuti, T.T. Prasetyo, "Analisis pengaruh lingkungan kerja serta jaminan sosial terhadap keselamatan dan kesehatan kerja (K3) dengan metode regresi linear berganda pada PT. Delta Citra Mandiri," di Prosiding Seminar Ilmiah Nasional : *Membangun Paradigma Kehidupan Melalui Multidisiplin Ilmu*, pp. 105-115, Juli, 2017.
- [15] H. Winarto, Zumaeroh, D. Retnowati, "Pengaruh human capital, upah minimum, dan angkatan kerja terhadap pertumbuhan ekonomi sektor industri pengolahan di Provinsi Jawa Tengah," *Journal of Economics and Business*, vol. 6, no. 1, pp. 190-194, 2022.

-
- [16] T.N. Padilah dan R.I. Adam, "Analisis regresi linier berganda dalam estimasi produktivitas tanaman padi di Kabupaten Karawang," *Jurnal Pendidikan Matematika dan Matematika*, vol. 5, no. 2, pp. 117-128, 2019.
- [17] S. Ningsih dan H. Dukalang, "Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda," *Jambura Journal of Mathematics*, vol. 1, no. 1 hal 43-53, 2019.
- [18] R.F. Jannah, "Pengaruh beban kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan (studi pada pemda air minum tirta dhaha Kota Kediri)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, vol. 9, no. 2, pp. 1-10, 2021a.