ANALISIS PENGARUH KUALITAS DAN INOVASI DESAIN PADA PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL

(Studi Kasus pada Dowa Bag Factory di Yogyakarta)

SKRIPSI

Ditulis Oleh:

Nama : Destine Praharsi Dewayani

NIM : 18311076

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2025

ANALISIS PENGARUH KUALITAS DAN INOVASI DESAIN PADA PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL

(Studi Kasus pada Dowa Bag Factory di Yogyakarta)

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

SKRIPSI

Ditulis Oleh:

Nama : Destine Praharsi Dewayani

NIM : 18311076

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dan dipacu dalam naskah ini disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/saksi apa pun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 19 April 2025

Penulis



Destine Praharsi Dewayani

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Desain Pada Produk Terhadap Kinerja Operasional pada Dowa Bag Factory di Yogyakarta.

Nama : Destine Praharsi Dewayani

NIM : 18311076

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 19 April 2025
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, S.E.,M.Si.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

NO.: 3428/DEK/10/Prodi.Mj/III/2025

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2023/2024, Kamis 28 Agustus 2025, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama	: Destine Praharsi Dewayani
No. Mahasiswa	: 18311076
Judul Tugas Akhir	: Analisis Pengaruh Kualitas dan Inovasi Desain Pada Produk Terhadap Kinerja Operasional (Study Kasus pada Dowa Bag Factory di Yogyakarta)
Pembimbing	: Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

Lulus Ujian Tugas Akhir

Nilai	: B
Referensi	: Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji :

Ketua Tim	: Al Hasin, Drs., MBA.
Anggota Tim	: Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

Yogyakarta, 28 Agustus 2025

Ketua Program Studi Manajemen,

Abdur Rafik, SE., M.Sc.

NIK. 133110105

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

ANALISIS PENGARUH KUALITAS DAN INOVASI DESAIN PADA PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL (STUDY KASUS PADA DOWA BAG FACTORY DI YOGYAKARTA)

Disusun oleh : Destine Praharsi Dewayani

Nomor Mahasiswa : 18311076

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan lulus
hari ini, tanggal: Kamis 28 Agustus 2025

Pembimbing TA : Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.
Penguji : Al Hasin, Drs., MBA.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KUALITAS DAN INOVASI DESAIN PADA PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL

(Studi Kasus pada Dowa Bag Factory di Yogyakarta)

Destine Praharsi Dewayani

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

destinepraharssi@gmail.com

Kualitas dan inovasi desain sebuah produk tentu akan terhubung terhadap kinerja operasional disini dilakukan pada Dowa Bag Factory dapat dilihat dari responden para konsumen. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas dan inovasi desain produk yang terhubung terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag terhadap pengambilan keputusan pembelian para konsumen. Pengujian dilakukan menggunakan metode kuantitatif pengambilan sampel kuesioner 50 responden konsumen yang sudah berbelanja di Dowa Bag Factory. Uji analisis menggunakan software IBM SPSS versi 25, dengan hasil penelitian menunjukan kualitas dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel kuesioner dengan 50 responden, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor lain. Implikasi manajerial yang harus dilakukan oleh perusahaan Dowa Bag Factory ialah harus terus mengembangkan kualitas dan inovasi produk serta kinerja operasional agar para konsumen terus menggunakan dan Dowa Bag Factory terus eksis di komunitas pasar.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi Produk, Kinerja Operasional

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT hingga kita masih dapat berkumpul dan melakukan aktivitas dengan baik, Sholawat serta salam tak lupa kita ucapkan kepada junjungan nabi agung Muhammad SAW yang telah membawa Islam dari masa kegelapan ke masa yang sudah terang benderang ini. Penulis dengan ini dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **"ANALISIS PENGARUH KUALITAS DAN INOVASI DESAIN PADA PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL (Studi kasus pada Dowa Bag Factory di Yogyakarta)"** untuk memenuhi syarat kelulusan dengan memperoleh gelar sarjana strata-1 diprogram Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyelesaian penelitian penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan kemudahan dan kelancaran.
2. Bapak Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si. dosen pembimbing skripsi penulis sudah meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan kepada penulis.

3. Kedua orang tua Bapak Heri Supriyanto S.sos dan Ibu Ambar Dewanti yang terus memberikan doa, dukungan agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
4. Kakak Diaz Prahasti /alm) Eljito Prasojo, adik Davinka Prahasni, serta keponakan Alona Dan Arlo yang memberikan semangat dan dukungan agar cepat lulus dan menyelesaikan tugas akhir.
5. Serta seluruh teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, karena telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir.

Penulis mengucapkan terima kasih atas seluruh doa, dukungan, bahkan bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak terhadap penulis.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 19 April 2025

Penulis



Destine Praharsi Dewayani

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ii

BERITA ACARA UJIAN ..... Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II 8

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI 8

2.1 Kajian Pustaka 8

2.3 Formulasi Hipotesis 26

2.4 Kerangka Pemikiran 28

BAB III 29

METODE PENELITIAN 29

BAB IV 37

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37

BAB V 65

PENUTUP 65

DAFTAR PUSTAKA 69

LAMPIRAN 72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin Responden 37
Tabel 4.2 Persentase Usia Responden 38
Tabel 4.3 Persentase Pekerjaan Responden 39
Tabel 4.4 Persentase Frekuensi Pembelian Responden 40
Tabel 4.5 Interpretasi Kelas Interval 41
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk 42
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk 44
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Operasional 45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas 47
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas 49
Tabel 4.11 Uji Normalitas 50
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas 51
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 54
Tabel 4.14 Hasil Uji t Statistik 56
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik F 58
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran 28

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas..... 53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, setiap orang dapat dengan mudah mengakses informasi. Ketersediaan teknologi dan informasi memungkinkan perusahaan untuk lebih melihat peluang yang muncul dari perhatian konsumen dalam komunitas pasar. Bagi perusahaan yang ingin meningkatkan produktivitasnya, perusahaan dapat melihat peluang tersebut untuk melakukan peningkatan efisiensi dan efektifitas perusahaan. Kreativitas dan inovasi merupakan kunci keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keunggulan persaingan pasar, serta membuat produk berbeda terbaru dari lainnya dimana produk dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan serta diharapkan dapat diterima oleh konsumen dengan baik.

Faktor tak kalah diperhatikan konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang adalah dari kualitas suatu produk, kualitas produk sangat memengaruhi kepuasan dan pandangan konsumen terhadap suatu produk dan perusahaan itu sendiri. Kualitas produk tentu sangat penting dan sangat diperhatikan perusahaan untuk menindaklanjuti strategi operasional nya, karena kualitas adalah aset dan alat pengukur dalam menghadapi persaingan (Tannady,2015:1). Sehingga perusahaan diharapkan selalu meningkatkan kualitas operasional nya terhadap kualitas produk yang diciptakan.

Faktor penting yang lain dan diperhatikan suatu perusahaan dalam mengembangkan sayapnya ialah inovasi. Dimana inovasi yang harus selalu dibuat dan dipikirkan oleh perusahaan melalui pengeluaran produk, layanan baru, keunikan, keefektifan dan keefisienan serta unggul dari sebelumnya. Sehingga inovasi yang dilakukan perusahaan dapat memberikan sumber daya tambahan lebih untuk pemanfaatan aset yang sudah ada yaitu kualitas produk, hal tersebut tentu akan membuat perusahaan terus berkembang dan memiliki umur yang panjang serta bertahan lama dalam persaingan yang ketat.

Perkembangan teknologi bergerak cepat dan dinamis memungkinkan konsumen mengidentifikasi trend fashion, saat ini mudah menemukan produk pasar internasional dan domestik. Dan perusahaan perlu merespon dengan cepat kebutuhan konsumen pasarnya, jika tidak hal tersebut menyebabkan perubahan efisiensi dan efektivitas yang mengganggu operasional perusahaan. Strategi operasional perusahaan merupakan hal pokok yang perlu diperhatikan perusahaan melalui pengendalian sumber daya manusia seperti tenaga kerja, staaf perusahaan, metode kerja, dan teknologi yang digunakan. Sehingga pengendalian operasional yang bermutu baik didapatkan dengan menjaga standarisasi proses produksi dengan proses yang baik.

Oleh karena itu perusahaan harus melakukan pengendalian strategi operasionalnya dalam meminimalkan penekanan produk yang tidak sesuai standar perusahaan dan memaksimalkan produk yang dapat memuaskan konsumen, dan membuat citra yang baik bagi perusahan. Sehingga perusahaan memiliki

keuntungan dapat melakukan perencanaan dan tujuan dari organisasi dan para konsumen dapat memiliki keuntungan yaitu dapat memuaskan kebutuhannya.

Penampilan menarik penting bagi semua orang hal tersebut penilaian pertama sikap seseorang dinilai melalui penampilan yang digunakan. Dengan melihat grafik setiap tahun, permintaan trend fashion terus tumbuh. Industri di bidang konveksi adalah industri yang dapat mengharapkan pertumbuhan yang stabil dan dapat bertahan dari krisis ekonomi yang berulang. Hal ini tidak terlepas dari pemahaman dan pengetahuan konsumen wanita dan pria di seluruh dunia yang memiliki permintaan pasar produk penampilan.

Adanya wabah COVID-19 tidak secara signifikan mengubah trend industri fashion style. Karena fashion style kebutuhan terbesar masyarakat tidak terlebih masyarakat Indonesia. Indonesia kaya akan kreativitas dan inspirasi untuk menciptakan kerajinan yang dituangkan dalam bentuk berbeda tetapi memberikan nilai jual tinggi. Sehingga adanya trend fashion setiap tahun, maka bisnis fashion sangat menjanjikan bagi produsen diantaranya ialah bisnis fashion Tas. Banyaknya referensi fashion style tersedia membuat hal ini menjadi sangat mudah bagi konsumen untuk berbelanja tas fashion secara online dan offline untuk memenuhi kebutuhan fashion style.

Saat ini persaingan pasar antar industri fashion semakin ketat, terlihat dari banyaknya jenis dan merek fashion style khususnya tas yang beredar di pasaran maupun di luar negeri. Produk tas buatan tangan sudah menjadi fashion item yang trend dan terkenal. Beberapa pengrajin dan pebisnis indonesia pun ikut terangkat

popularitasnya, salah satu merek yang paling popular adalah Dowa. DOWA yang berasal dari Bahasa Jawa Kuno (Yogyakarta) yang artinya DO'A. Yakni dengan harapan produk akan menjadi produk yang sesuai dengan doa terbaik kita. DO'A sebagai ekspresi harapan dan cinta dari antar manusia. Dengan demikian Dowa menjadi pemberian untuk harapan dan cinta yang lebih baik.

Dowa Bag Factory menciptakan berbagai macam jenis, warna dan desain tas mulai dari bahan kulit, rajut, ataupun kombinasi kulit dan rajut. Dengan berbagai macam warna yang ditabrakkan untuk menekankan trend masa kini. Dowa juga menyediakan beragam tas, cluth, scraf hingga sandal dan aksesoris seperti dompet, pouch, pin, dan gantungan kunci yang cocok digunakan dengan aneka bentuk dan warna. Untuk Tas Dowa memiliki tujuh jenis tas seperti hobo, shopper, tote, satchel, backpack, slingbag, dan travel bag dengan berbagai macam harga tergantung bahan, motif dan desain produk.

Dowa Bag dengan target pasar usia 20 hingga 65 tahun dengan tingkat ekonomi menengah keatas. Itulah alasan Dowa selalu hadir dengan pilihan warna dan desain yang selalu berganti, dalam setahun Dowa mampu meluncurkan empat tema desain yang baru. Dowa menggunakan benang nilon lokal dengan kualitas benang yang telah diuji agar tidak mudah putus. Bahan warna benang yang tidak mudah luntur, dan bahan kulit yang terbuat dari asli kulit. Benang costum yang dipesan secara khusus pada pabrik tentu membuat tas Dowa tidak akan mudah rusak bahkan selama bertahun tahun, dan dalam berproduksi Dowa mampu menghabiskan 30 ton nilon dalam proses produksi. Berikut gambar contoh produk

Dowa Bag Factory diantanya terdiri tas rajut, tas kulit dengan berbagai macam bentuk yaitu backpack dan slingbag.







1.2 Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag Factory?
2. Adakah pengaruh secara parsial inovasi produk terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag Factory?
3. Adakah pengaruh keduanya secara simultan terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag Factory?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kinerja operasional Dowa Bag Factory
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial inovasi produk terhadap kinerja operasional Dowa Bag Factory
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh keduanya secara simultan terhadap kinerja operasional Dowa Bag Factory

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan evaluasi Dowa Bag Factory yang berpengaruh terhadap kinerja operasional. Dan memberikan informasi bagi perusahaan mengenai perbaikan apa yang harus diubah saat proses produksi kedepan, sehingga berguna meningkatkan

kinerja operasional perusahaan dan memberikan pengertian mengenai langkah apa yang harus diambil untuk proses yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Penelitian mendapatkan tambahan pengetahuan dan wawasan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai pengembangan diri atas pelajaran yang sudah didapat.

3. Bagi Pembaca

Terkait hasil penelitiannya ini, diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat melengkapi penelitian sebelumnya. Dan penelitian ini bermanfaat bagi peneliti lain

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 (Irsan Firdaus, Dedie M. Martadisastra, 2024) dengan judul " INOVASI PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN KEMAMPUAN OPERASIONAL BERPENGARUH TERHADAP KINERJA OPERSIONAL ''. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, desain produk, dan kemampuan operasional terhadap kinerja operasional di PT Husni Tamrin Kerinci. Sampel penelitian ini berjumlah 105 responden. Pengujian hipotesis dipenelitian ini menggunakan SEM (Structural Equation Modelling). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variable yaitu inovasi produk, desain produk, dan kemampuan operasional, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional PT Husni Tamrin Kerinci. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajerial perusahaan untuk meningkatkan inovasi produk, desain produk dan kemampuan operasional guna meningkatkan kinerja operasional yang lebih baik di masa depan.

2.1.2 (Rizki Akbar Ramadhan, Mochamad Nasito, 2024) dengan judul "Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi pada *Brand* Erigo di *Marketplace* Shopee)" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap kinerja operasional *brand* Erigo di *Marketplace*

Shopee. Penelitian ini menggunakan data primer dengan kuesioner yang disebarkan pada saat penelitian. Adapun metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional *brand* Erigo di *marketplace* Shopee. Artinya, dengan melakukan pengembangan atribut produk baru, mengembangkan berbagai tingkat kualitas dan mengembangkan model dan ukuran produk (*product profiling*) maka akan membangkitkan dan meningkatkan kinerja operasional, sehingga kinerja operasional semakin efektif dan efisien; 2) Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional *brand* Erigo di *marketplace* Shopee. Artinya dengan memperhatikan kualitas produk yang terdiri dari *performance*, *durability*, *conformance to specifications*, *features*, *reliability*, *aesthetics* dan *impression quality* (persepsi kualitas) maka akan membangkitkan dan meningkatkan kinerja operasional, sehingga kinerja operasional semakin efektif dan efisien; 3) Inovasi produk dan kualitas produk memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja operasional pada *brand* Erigo di *marketplace* Shopee. Dalam artian jika inovasi produk dan kualitas produk efektif, maka kinerja operasional akan meningkat dan ini akan menguntungkan perusahaan.

2.1.3 (Fika Fitriyani, 2024) dengan judul "Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk dan Strategi Perusahaan terhadap Keberhasilan Bisnis" Penelitian ini bertujuan Bidang Manajemen Strategis mencakup artikel ilmiah yang menyelidiki hubungan antara inovasi, kualitas produk, dan strategi perusahaan serta dampaknya terhadap kinerja

perusahaan. Untuk memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya, Tujuan artikel ini akan fokus pada pengembangan hipotesis dampak antar faktor. Objek riset Barang penelitian di perpustakaan online, *Google Scholar*, Mendeley dan media internet akademik lainnya. Buku elektronik dan jurnal elektronik akses terbuka merupakan tulang punggung pengumpulan sumber daya perpustakaan penelitian. Analisis deskriptif kualitatif. Hasil Pertama, esai ini menunjukkan bahwa inovasi mempengaruhi strategi bisnis. Kedua, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis. Terakhir, hal ini menunjukkan bahwa strategi perusahaan mempengaruhi keberhasilan bisnis.

2.1.4 (Desmi Yanti Manullang, 2025) dengan judul "Pengaruh Kemampuan Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Operasional Usaha Tempe di Desa Dalu Tanjung Morawa Medan" Penelitian ini bertujuan Seiring kemajuan teknologi meningkatkan permintaan kualitas produk dari pelanggan untuk mencari kemajuan teknologi. Pertumbuhan inovasi yang berkaitan langsung dengan teknologi dalam dunia bisnis merupakan suatu keharusan. Inovasi produk dipandang perlu untuk meningkatkan efisiensi bisnis Oleh karena itu, bisnis perlu memilih dan menerapkan inisiatif inovatif yang dapat digunakan untuk memenuhi persaingan dan tuntutan pasar yang tidak berubah untuk meningkatkan bisnis mereka.Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kemampuan inovasi (X1), kualitas layanan (X2) berpengaruh secara signifikasi terhadap kinerja operasional (Y) usaha tempe di desa dalu 10-B, Kab. Deli Serdang, Kec. Tanjung Morawa Medan. Terbukti kemampuan inovasi memiliki efek yang signifikan terhadap kinerja

operasional, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan inovasi dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi dan efektivitas perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja operasional. Semakin baik produk yang diberikan, semakin tinggi pula kinerja operasional yang dihasilkan. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen terkait dengan kinerja, fitur, estetika, keterandalan, keamanan, dan keberlanjutan produk.

2.1.5 (Candra Dwi Hardiana , Nanda Setiawan, 2021) dengan judul "PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (SCM), MANAJEMEN KUALITAS DAN STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI KAWASAN DELTA SILICON CIKARANG" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh Supply Chain Management (SCM) terhadap Kinerja Operasional pada perusahaan manufaktur di Kawasan Industri Delta Silicon Cikarang (2) Pengaruh Manajemen Mutu tentang Kinerja Operasional pada perusahaan manufaktur di Delta Silicon Kawasan Industri Cikarang (3) pengaruh strategi inovasi terhadap operasional kinerja perusahaan manufaktur di Delta Silicon Cikarang Industrial Area (4) pengaruh manajemen rantai pasokan (SCM), manajemen kualitas dan strategi inovasi pada kinerja operasional di bidang manufaktur perusahaan di kawasan Delta Silicon Cikarang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif penelitian deskriptif yang bertujuan untuk membuat suatu penelitian yang sistematis, faktual, dan komprehensif gambaran fakta dan ciri-ciri suatu populasi atau wilayah. Populasi di penelitian ini adalah perusahaan di kawasan Delta Silicon Cikarang.

Pengambilan sampel dalam hal ini penelitian menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu sampling jenuh metode. Pengambilan sampel jenuh adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan semua yang ada di dalam populasi. 74 kuesioner telah diserahkan ke semua perusahaan yang dituju manajer produksi perusahaan di kawasan Delta Silicon Cikarang, dengan imbalan sebanyak 65 kuesioner. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Alat uji t SPSS V 26.0 dan secara simultan menunjukkan bahwa SCM berpengaruh signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada perusahaan manufaktur di Indonesia Kawasan Industri Delta Silicon Cikarang.

2.1.6 (Juven Anderson, Nur Hidayah, 2025) dengan judul "PENGARUH KREATIVITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA UKM" Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja UKM pada UKM pasar Jatinegara. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini dilakukan kepada 70 UKM pasar Jatinegara di bidang *fashion*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation modeling* dan dianalisis dengan menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

2.1.7 (Reno Augusta, 2021) dengan judul "ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PERUSAHAAN (Studi pada Almer Apparel di Yogyakarta)" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan kualitas produk secara simultan maupun parsial terhadap kinerja operasional perusahaan di Almer *Apparel* Yogyakarta. Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membuat pesanan di Almer *Apparel*. Populasi dalam penelitian ini tidak terbatas, karena jumlah pasti konsumen Almer *Apparel* tidak dapat dihitung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* dengan jumlah sampel dalam penelitian ini tidak kurang dari 96 pelanggan yang pernah mencetak *jersey* di Almer *Apparel.* Adapun metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional Almer *Apparel* di Yogyakarta dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional Almer Apparel di Yogyakarta. Sedangkan untuk hasil koefisien determinasi (*R*) sebesar 0,851. Hal ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh sebesar 85,1% terhadap Kinerja Operasional sedangkan sisanya sebanyak 14,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Produk

2.2.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting untuk mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Menurut Kotler, Pusparani, dan Rastini (2015) semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dan dengan tingginya kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2014:259) produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, perolehan, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin dapat memuaskan pelanggan. Jika didefinisikan secara luas produk juga termasuk servis, acara, orang, tempat atau campuran variabel di atas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karakter atau sifat yang dimiliki sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dari seseorang.

2.2.1.2 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:394), dimensi kualitas produk terbagi menjadi sembilan dimensi, yaitu:

(1) Fitur (Features) Berbagai produk yang beredar ditawarkan dengan bermacam-macam fitur yang melengkapi fungsi dasarnya. Perusahaan dapat mengidentifikasi dan memilih fitur baru yang sesuai dengan pembeli baru dan kemudian menghitung nilai pelanggan dibandingkan dengan biaya perusahaan untuk setiap fitur potensial.

(2) Kualitas Kinerja (Performance Quality) Berbagai produk yang beredar berada di salah satu dari 4 tingkat kinerja yaitu: rendah, rata-rata, tinggi atau unggul. Kualitas kinerja adalah sebuah tingkatan dimana karakteristik utama dari produk beroperasi. Kualitas semakin penting untuk menjadi pembeda karena perusahaan mengadopsi model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan biaya yang lebih sedikit

(3) Bentuk (Form) Banyak produk dapat dibedakan dalam bentuk, ukuran atau struktur fisik suatu produk. Meskipun pada dasarnya merupakan komoditas namun dibedakan berdasarkan ukuran, dosis, warna, bentuk, pelapisan atau waktu tindakan.

(4) Daya Tahan (Durability) Ukuran dari masa pakai produk yang diharapkan dalam kondisi alami atau penuh tekanan, sebuah atribut yang dihargai untuk kendaraan, peralatan dapur, dan barang tahan lama lainnya. Namun, harga ekstra untuk daya tahan tidak boleh berlebihan dan produk juga tidak boleh kadaluarsa dengan teknologi yang cepat seperti komputer pribadi, televisi dan ponsel.

(5) Kesesuaian Kualitas (Conformance Quality) Pembeli mengharapkan kesesuaian kualitas yang tinggi, sejauh mana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang telah dijanjikan.

(6) Gaya (Style) Gaya menggambarkan tampilan dan nuansa produk kepada pembeli dan menciptakan khas tersendiri yang tidak mudah untuk ditiru oleh pesaing dari produk tersebut.

(7) Keandalan (Reliability) Pembeli biasanya akan membayar harga untuk produk yang lebih andal. Keandalan adalah ukuran probabilitas bahwa suatu produk tidak akan mengalami kegagalan fungsi atau gagal dalam periode waktu tertentu.

(8) Penyesuaian (Customization) Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan setiap pelanggan, serta menyiapkan produk, jasa, program dan komunikasi yang berbasis manual yang dirancang secara individual.

(9) Kemudahan dalam Perbaikan (Repairability) Merupakan kemudahan produk untuk diperbaiki apabila produk mengalami kegagalan fungsi. Idealnya ketika suatu produk mengalami kegagalan fungsi, pembeli produk tersebut tidak mengalami kesulitan ketika hendak melakukan perbaikan pada produk tersebut.

2.2.1.3 Indikator Kualitas Produk

Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2012:8), terdiri dari sebagai berikut:

1. Bentuk yaitu sebuah produk dapat meliputi ukuran, atau struktur.
2. Fitur yaitu melengkapi fungsi dasar produk.
3. Penyesuaian yaitu menyesuaikan keinginan konsumen.
4. Kualitas kerja yaitu dimensi paling penting ketika perusahaan menerapkan sebuah model dalam memberikan kualitas yang tinggi.
5. Kualitas kesesuaian yaitu produksi yang memenuhi spesifikasi
6. Ketahanan yaitu ukuran atau umur suatu produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan
7. Keandalan yaitu memungkinkan tidak mengalami kegagalan pada produk

8. Kemudahan perbaikan yaitu kemudahan ketika produk tidak berfungsi
9. Gaya yaitu penampilan dan rasa produk tersebut
10. Desain yaitu memengaruhi tampilan atau fungsi produk berdasarkan kebutuhan

2.2.1.4 faktor Kualitas Produk

Menurut Assauri (2018: 203), faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Fungsi suatu produk adalah suatu produk yang dihasilkan hendaknya memperhatikan fungsi untuk apa produk tersebut digunakan sehingga produk yang dihasilkan harus dapat benar-benar memenuhi fungsi tersebut. Oleh karena pemenuhan fungsi tersebut memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Sedangkan tingkat keputusan tertinggi tidak selamanya terpenuhi atau tercapai, maka tingkat kualitas suatu produk tergantung pada tingkat pemenuhan fungsi keputusan pengguna yang dapat dicapai.
2. Wujud Luar Produk Salah satu faktor yang penting dan sering dipergunakan oleh konsumen dalam melihat produk pertama kalinya untuk menentukan kualitas produk tersebut adalah wujud luar produk. Walaupun produk yang dihasilkan secara teknis atau mekanis telah maju tetapi tidak bila wujud luarnya kurang menarik akan sulit diterima, maka hal ini dapat menyebabkan produk tersebut tidak disenangi konsumen.
3. Biaya Produk Tersebut Umumnya biaya dan harga suatu produk akan dapat menentukan kualitas produk tersebut. Hal ini terlihat dari produk yang mempunyai

biaya atau harga yang mahal menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut relatif lebih baik. Demikian sebaliknya produk yang mempunyai harga yang murah dapat menunjukkan bahwa kualitas produk tersebut relatif lebih murah.

Menurut Harjuno (2018: 34-35) menyatakan pada umumnya kualitas produk memiliki faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut ada dua hal, yaitu sebagai berikut:

1. Teknologi, faktor yang dapat mempengaruhi kualitas produk adalah mesin, bahan baku dan perusahaan.
2. Sumber daya manusia, faktor kedua yang dapat mempengaruhi kualitas produk adalah operator, mandor dan personal lain dari perusahaan.

2.2.3 Inovasi Produk

2.2.3.1 Pengertian Inovasi

Menurut Kotler (2016:454) Inovasi produk adalah gabungan berbagai macam proses dan saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Menurut Trustorini (2017) dikemukakan bahwa Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Menurut Hubeis (2012: 75) menyatakan "Inovasi produk merupakan pengetahuan produk baru, yang seringkali dikombinasikan dengan hal baru untuk membentuk metode produksi yang tidak diketahui". Sehingga dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa

Inovasi Produk adalah menciptakan sesuatu yang baru memberikan nilai tambah untuk meningkatkan kualitas produk sesuai harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2014:32), Inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memiliki kekhasan/khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orisinalitas dan kebaruan.
3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.

2.2.3.2 Tipe Inovasi

Ada 5 tipe inovasi menurut para ahli, yaitu:

1. Inovasi produk: melibatkan pengenalan barang baru, pelayanan baru secara substansial yang meningkat. Melibatkan peningkatan karakteristik fungsi, kemampuan teknisi, mudah menggunakannya. Contohnya: telepon genggam, komputer, kendaraan bermotor

2. Inovasi proses: melibatkan implementasi peningkatan kualitas produk yang baru atau pengiriman barangnya;

3. Inovasi pemasaran: mengembangkan metode mencari pangsa pasar baru dengan meningkatkan kualitas desain, pengemasan, promosi.

4. Inovasi organisasi: kreasi organisasi baru, praktek bisnis, cara menjalankan organisasi atau perilaku berorganisasi

5. Inovasi model bisnis: mengubah cara berbisnis berdasarkan nilai yang dianut.

2.2.3.3 Indikator Inovasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:233) Terdapat lima karakteristik penting dalam mempengaruhi tingkatan pengangkatan inovasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Keuntungan relatif dimana tingkat inovasi akan tampak lebih bagus dari produk lalu. Tingkat kelebihan inovasi, apakah lebih baik dari inovasi yang ada sebelumnya dari segala hal yang biasa dilakukan.

2. Kompatibilitas dimana tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai dan pengalaman perorangan. Tingkat keserasian suatu inovasi, apakah akan dianggap konsisten atau sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman dan kebutuhan yang ada.

3. Kompleksitas adalah tingkat kerumitan atau kesulitan suatu inovasi untuk dimengerti atau digunakan. Semakin mudah suatu inovasi dimengerti atau dipahami, semakin cepat inovasi diadopsi.

4. Divisibilitas adalah tingkat inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Inovasi dapat diujicobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, inovasi harus mampu menunjukkan keunggulan nya.
5. Komunikabilitas adalah tingkat kemampuan hasil penggunaan inovasi dapat diobservasikan atau dijelaskan kepada orang lain.

2.2.3.4 Konsep Inovasi

Menurut Kotler dan Keller (2014:32) mengajukan dua konsep inovasi yaitu sebagai berikut:

1. Keinovatifan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan.
2. Kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

Menurut Kotler dan Keller (2014:32), inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memiliki kekhasan/khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orisinalitas dan kebaruan.

3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang tidak tergesa-gesa, namun inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.

Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

2.2.4 Kinerja Operasional

2.2.4.1 Pengertian Kinerja Operasional

Menurut Handoko (2010), kinerja operasional (operational performance) merupakan pelaksanaan kegiatan-kegiatan manajerial yang dibawakan dalam pemilihan, perancangan, pembaharuan, pengoperasian dan pengawasan sistem-sistem produksi. Dengan kata lain operational performance merupakan pengukuran dari performa perusahaan terhadap standar atau indikator efektif, efisien dan tanggung jawab sosial seperti halnya produktivitas, siklus dan kepatuhan terhadap peraturan dan secara lebih rinci tujuan ini berhubungan dengan:

1. Efektifitas dan efisiensi dari kinerja sebuah perusahaan dalam menggunakan aset dan sumber daya lainnya.
2. Melindungi perusahaan dari kerugian.

3. Memastikan bahwa semua pegawai telah bekerja memenuhi sasaran dan tujuan dengan efisien dan disertai integritas yang tinggi, tanpa biaya yang tidak diinginkan atau berlebihan.
4. Berbagai pihak (pegawai, vendor, maupun pelanggan) menempatkan kepentingan mereka di belakang dan mendahulukan kepentingan perusahaan.

Kinerja operasional menurut Sobandi dan Kosasih (2014) dapat diartikan sebagai kesesuaian proses dan evaluasi kinerja dari operasi internal perusahaan dari segi biaya, pelayanan pelanggan, pengiriman barang kepada pelanggan, kualitas, fleksibilitas, dan kualitas proses barang atau jasa. Kinerja juga merupakan implementasi dan rencana yang telah disusun organisasi. Implementasi tersebut dilakukan oleh karyawan yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan. Kinerja adalah hasil kerja yang dapat diperoleh oleh seseorang atau sebuah perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian organisasi secara ilegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. Selain kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat tersebut, perusahaan juga harus bisa menyesuaikan diri dengan memaksimalkan kinerja operasional perusahaan (Affandi, 2018:83).

2.2.4.1.1 Pengukuran Kinerja Operasional

Kinerja harus diukur untuk mengetahui apakah tindakan yang sudah dilakukan sesuai dengan rencana tertentu, jika pekerjaan yang dilakukan sudah sesuai rencana, sehingga dapat melihat dan mempertimbangkan penyimpangan apa yang terjadi dari rencana selama pelaksanaan.Tujuan pengukuran kinerja adalah

untuk menghasilkan data yang kemudian apabila data tersebut dianalisis secara tepat akan memberikan informasi yang akurat bagi manajemen dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam Sony Yuwono (2006:29) pengukuran kinerja bermanfaat untuk:

1. Menelusuri kinerja terhadap harapan pelanggan sehingga akan membawa perusahaan lebih dekat pada pelanggannya dan membuat seluruh orang dalam organisasi terlibat dalam upaya memberi kepuasan kepada pelanggan.
2. Memotivasi pegawai untuk melakukan pelayanan sebagai bagian dari mata rantai pelanggan dan pemasok internal.
3. Mengidentifikasi berbagai pemborosan sekaligus mendorong upaya-upaya pengurangan terhadap pemborosan tersebut.
4. Membuat suatu tujuan strategis yang biasanya masih kabur menjadi lebih konkret sehingga mempercepat proses pembelajaran organisasi.
5. Membangun konsensi untuk melakukan suatu perubahan dengan memberi reward atau penghargaan atas perilaku yang diharapkan tersebut.

Menurut Gaspersz (2011:181) karakteristik yang biasa digunakan dalam menerapkan pengukuran kinerja untuk mengevaluasi sistem pengukuran kinerja mereka adalah:

1. Biaya yang dikeluarkan untuk pengukuran kinerja tidak lebih besar daripada manfaat yang diterima.

2. Pengukuran harus dimulai pada permulaan program pengukuran kinerja. Berbagai masalah yang berkaitan dengan kinerja beserta kesempatan untuk meningkatkan nya harus dirumuskan secara jelas.

3. Pengukuran harus terkait langsung dengan tujuan-tujuan strategis yang dirumuskan kisi strategis dan harus memiliki paling sedikit satu pengukuran.

4. Pengukuran harus sederhana serta memunculkan data yang mudah untuk digunakan, mudah dipahami, dan mudah melaporkan nya.

5. Pengukuran harus dilakukan terus menerus, sehingga dapat diperbandingkan.

6. Pengukuran harus dilakukan pada sistem secara keseluruhan, yang menjadi ruang lingkup pengukuran kinerja.

7. Pengukuran harus dapat digunakan untuk menetapkan target, mengarah ke peningkatan kinerja di masa mendatang.

8. Ukuran-ukuran kinerja dalam program pengukuran kinerja yang diukur itu seharusnya telah dipahami secara jelas oleh semua individu yang terlibat.

9. Pengukuran seharusnya melibatkan semua individu yang berada dalam proses terlibat dengan program pengukuran kinerja.

10. Pengukuran harus akurat, dapat diandalkan, dapat di verifikasi sehingga dapat diterima dan dipercaya sebagai sahih (valid) oleh mereka yang akan menggunakannya.

11. Pengukuran harus berfokus pada tindakan korektif dan peningkatan, bukan sekadar pada pemantau (monitoring) atau pengendalian.

2.3 Formulasi Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:37). Kualitas dalam sebuah produk tentunya semakin tinggi tingkat kualitas, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dan dengan tingginya kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Kualitas produk adalah karakter atau sifat sebuah produk, dimana hal tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dari seseorang. Menurut Kotler pada Pusparani dan Rastini (2015).

H1:Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kinerja Operasional.

2.3.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkan nilai tambah (R.V.Nugraha, 2019). Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil dipasaran. Inovasi produk dapat berupa

perubahan desain, komponen dan arsitektur produk Menurut Nelly dkk (2001). Inovasi produk bukan hanya tentang melahirkan produk baru, namun akan meningkatkan value produk Menurut Briones dalam Dhewanto (2015)

H2: Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

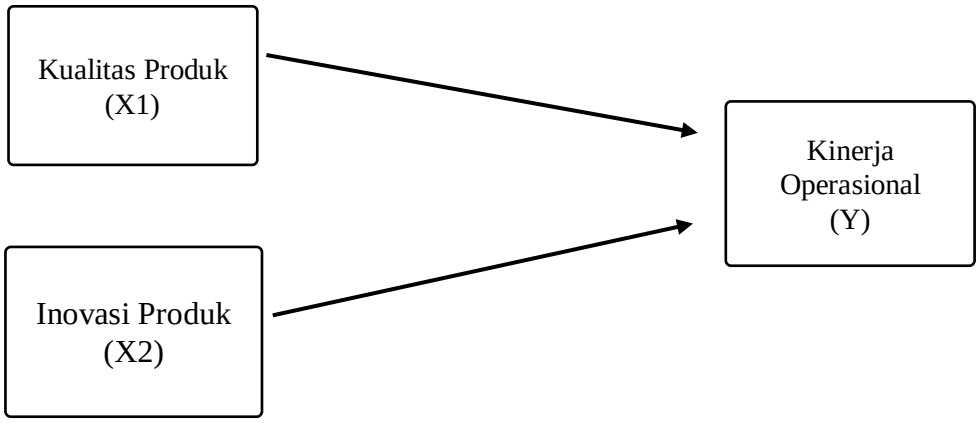
2.3.4 Kualitas dan Inovasi Produk secara bersama berpengaruh terhadap Kinerja Operasional

Kualitas sebuah produk ditawarkan jika terdapat permintaan kebutuhan konsumen untuk mencapai tujuan kapasitas dan kompetensi daya beli pasar. Sedangkan inovasi ialah sebuah bentuk produk atau jasa yang baru diciptakan pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Perusahaan dalam mempertahankan pasar tentu harus melihat dan memahami dimensi konsumen dalam membedakan produk buatan perusahaan dan pesaing. Sehingga proses inovasi dan peningkatan kualitas produk dalam sebuah perusahaan dapat membantu membangun kapabilitas lebih dari target yang sudah ditentukan, kemudian hal tersebut tentu memiliki pengaruh besar terhadap tingkatan kinerja operasional perusahaan secara efektif dan efisien.

H3: Kualitas dan Inovasi Produk secara bersama berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

2.4 Kerangka Pemikiran

Penganalisisan hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan inovasi produk Dowa Bag terhadap kinerja operasional dengan berdasarkan pada landasan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dowa Bag and Factory perusahaan industri konveksi dengan menyediakan beragam tas, cluth, scraf hingga sandal dan aksesoris seperti dompet, pin, dan gantungan kunci yang beralamat di jalan Godean KM.7 Sidomoyo, Godean, Kec. Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55264.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Gay (1987:102) Populasi merupakan kelompok tertentu dari sesuatu (orang, benda, peristiwa, dan sebagainya) yang dipilih oleh peneliti yang hasil studinya atau penelitiannya dapat digeneralisasikan terhadap kelompok tersebut. Suatu populasi sedikitnya mempunyai satu karakteristik yang membedakannya dengan kelompok yang lain. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil para konsumen yang pernah berbelanja Dowa Bag Factory. Sehingga populasi yang diambil tidak terbatas, karena para konsumen jumlahnya tidak terhitung.

Menurut Siyoto dkk (2015), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat

mewakili populasinya. Pengukuran sampel yang sesuai dalam penelitian adalah 30 sampai 500 (Sugiyono, 2017). Responden penelitian diambil dari para konsumen berbelanja di Dowa Bag Factory. Sehingga didapatkan jumlah sampel penelitian ini sebanyak 50 Responden.

Peneliti menggunakan populasi dan sampel dari para konsumen Dowa Bag Factory, karena mengukur kinerja operasional Dowa Bag Factory berdasarkan kualitas dan inovasi produk yang dikeluarkan. Sehingga dalam pengukuran kinerja operasionalnya peneliti menggunakan indikator dan teori dalam penelitian ini. Untuk mendapatkan hasil data penilaian terhadap kualitas dan inovasi dari perspektif konsumen (responden) Dowa Bag Factory.

3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yaitu Kualitas produk (X1) dan inovasi Produk (X2).
2. Variabel dependen yaitu Kinerja operasional (Y).

3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Data Kuantitatif adalah data yang dijelaskan dengan bentuk angka (scoring). Terdapat dua data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

A. Data primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber objek yang diteliti secara langsung. Dalam penelitian ini data primer yang didapat ialah data terungkap secara langsung dari responden berupa kuesioner dengan isi terkait analisis pengaruh kualitas dan inovasi produk. Skala dalam penelitian ini berupa skala likert perhitungan dimulai dari 1-5, diawali dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari objek secara tidak langsung. Penelitian data ini didapat melalui website Dowa Bag Factory yang berisi profil serta visi dan misi. Serta data data yang diperoleh dari literatur dan buku yang mendukung penelitian tersebut.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

1) Analisis deskriptif

Mengacu paparan (Sugiyono, 2017) analisis deskriptif ialah alat pengukuran bertujuan untuk menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa melakukan inferensi atau generalisasi lebih lanjut, sehingga tidak menarik kesimpulan data yang diberlakukan secara umum. Dalam penggambaran ini bisa didapatkan seperti kuesioner, lokasi penelitian, variable inovasi produk, kualitas produk dan pengaruh lainnya terhadap kinerja operasional. Sumber pendeskripsian didapatkan melalui pendapatan angka persentase kuesioner yang sudah disebarkan.

2) Analisis Regresi Berganda

Menurut (Sekaran & Bougie, 2019) Analisis regresi berganda merupakan metode statistik yang digunakan dalam penghitungan antar variabel dengan dua atau lebih variabel dependen bebas. Dengan tujuan untuk memprediksi nilai variabel berdasarkan nilai dependen antar variabel yang sudah diketahui serta melihat pengukuran besaran pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel dependennya. Analisisnya yang dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yakni kualitas produk (X1), Inovasi Produk (X2) pada variabel tergantung Kinerja Operasional (Y) pada Perusahaan Dowa Bag Factory. Hasil atas regresi ini berwujud koefisienya yang terpilih dengan melakukan prediksi nilai variabel tergantung dengan suatu persamaan:

$$Y = a + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + e$$

Keterangan:

Y: Kinerja operasional

β1, β2: Regresi Koefisien

X1: Kualitas Produk

X2: Inovasi Produk

E: Kesalahan estimasi standar/standar error

3) Uji Instrumen

- Uji validitas

  Pengujian yang digunakan untuk melihat valid atau tidak kuesioner yang disebar kepada responden. Penggunaan penelitian dengan menggunakan variabel Pearson, metode korelasi, dan perhitungan korelasi terhadap skor pada setiap item pertanyaan dengan skor keseluruhan. Hasil yang diperoleh jika probabilitas < taraf signifikansi (0,05 atau 5%) maka hasil uji validitas yang digunakan kan dianggap valid.

- Uji Reabilitas

Sebagai alat untuk menguji nilai reliabilitas kuesioner, sehingga kuesioner sebagai indikator suatu variabel. Pengukuran ini hanya dilakukan sekali dalam penelitian, sehingga hasil pengukuran yang didapatkan untuk dibandingkan dengan pertanyaan atau dengan korelasi antar jawaban. Dalam penelitian ini penulis menggunakan program SPSS 25 dengan menggunakan koefisien

4) Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Pengunakan penelitian ini dapat dilihat ada tau tidak variabel yang mengganggu atau tersisa untuk model distribusi normal. Cara mengetahui dengan menggunakan Uji Kolmorogorov Smirnov, sehingga data dapat dikatakan signifikan jika data lebih dari 5% atau 0,05 (Basuki dan Prawoto,2016)

- Uji Multikolinearitas

Pengujian penelitian dengan pola regresi mendeteksi dimana hubungan antara variabel independen atau individu ada atau tidak. Model regresi yang baik tidak memerlukan korelasi antar variabel bebas. Anda dapat mencari nilai FIV atau toleransi, termasuk:

a. Nilai toleransi > 0,10 = tidak terjadi multikolinearitas.
b. Gunakan nilai toleransi < 0,10 = multikolinearitas.

Jika tidak ada multikolinearitas antar variabel, uji analisis jalur dapat diperpanjang.

- Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120). Pengujian heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137-138). Sebagai cara untuk memperkuat uji scatterplot terdapat cara lain yaitu dengan pengujian uji park. Yaitu apabila variabel independen memiliki nilai tingkat

signifikansi melebihi 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

5) Uji Hipotesis

- Uji signifikan T (Uji T)

Uji statistic yang digunakan dalam membandingkan rata-rata kedua kelompok atau sampel dengan nilai tertentu yang sudah didapatkan. Uji ini digunakan ketika ukuran sampel kecil atau simpangan baku populasi tidak diketahui. Uji-t dapat dilakukan dengan melihat nilai-t dan hasil dari setiap level signifikan. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 5%. Variabel tidak berpengaruh secara statistik, jika uji signifikan lebih besar dari 0,05. Jika tidak, uji signifikan kurang dari 0.05, maka variabel tersebut memengaruhi variabel dependen yang signifikan secara statistik. Berikut adalah notasi statistik dari setiap hipotesis yang akan diuji melalui uji-t.

- Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Pengujian statistic yang digunakan untuk melihat signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama antar kedua variabel independen terhadap variabel dependen (simultan). Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 5%. Jika uji signifikan lebih besar dari 0.05, maka variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen sama sekali. Di sisi lain, jika uji signifikan kurang dari 0,05, maka disimpulkan setidaknya salah satu variabel independen memang memengaruhi variabel dependen secara signifikan dalam statistik.

- Hasil Koefisien Determinasi (R2)

Pengukuran statistik dengan menunjukan seberapa baik menggunakan model regresi sesuai dengan data analisis yang didapatkan. Jika kuadrat R besar (mendekati nol) maka besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen menjadi lebih kecil. Dengan demikian, nilai *R square* yang dimodifikasi berkisar dari 0 sampai 1. Nilai dari *adjusted square* R dapat meningkat atau menurun ketika variabel penjelas ditambahkan ke model.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini disajikan data hasil dari penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap kinerja operasional di Dowa Bag Factory. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari 50 responden konsumen yang pernah berbelanja di Dowa Bag Factory. Hasil penelitian didapatkan dengan beberapa aspek seperti karakteristik responden, statistik deskriptif, uji kualitas instrument, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda dengan menggunakan software IBM SPSS versi 25.

4.1 Karakteristik Responden

Data deskriptif penelitian disajikan agar dapat menggambarkan profil data penelitian serta hubungan yang ada antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data data deskriptif yang diperoleh dari responden akan dijelaskan pada bagian ini.

4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan analisis data, persentase responden menurut jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Persentase Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	14	28.0%
Perempuan	36	72.0%
Total	50	100%

(Sumber: data diolah 2025)

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 36 orang atau 72,3%, sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 14 orang atau 28,7%.

4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Berdasarkan analisis data, persentase responden menurut usia ditunjukkan pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Persentase Usia Responden

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
20-30 Tahun	17	34.0%
31-40 Tahun	16	32.0%
41-50 Tahun	4	8.0%
Lebih dari 50 tahun	13	26.0%

Total	50	100%

(Sumber: data diolah 2025)

Data karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden dengan usia 20-30 tahun sebanyak 17 orang atau 34,0%, usia 31-40 tahun sebanyak 16 orang atau 32,0%, usia 41-50 tahun sebanyak 4 orang atau 8,0% dan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 13 orang atau 26,0%. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dengan rentang usia 20-30 Tahun.

4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan analisis data, persentase responden menurut pekerjaan ditunjukkan pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Persentase Pekerjaan Responden

Usia	**Frekuensi (Orang)**	**Persentase (%)**
Pegawai Swata	16	32.0%
PNS	17	34.0%
Wirausaha	11	22.0%
Lainya	6	12.0%
Total	50	100%

(Sumber: data diolah 2025)

Data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 16 orang atau 32,0%, PNS sebanyak 17 orang atau 34,0%, wirausaha sebanyak 11 orang atau 22,0% dan lainnya sebanyak 6 orang atau 12,0%. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dengan pekerjaan sebagai PNS.

4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian

Berdasarkan analisis data, persentase responden menurut frekuensi pembelian ditunjukkan pada Tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Persentase Frekuensi Pembelian Responden

Usia	**Frekuensi (Orang)**	**Persentase (%)**
1 Kali	12	24.0%
2-3 Kali	21	42.0%
Lebih dari 3 Kali	17	34.0%
Total	50	100%

(Sumber: data diolah 2025)

Data karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian pada tabel 4.4 di atas, menunjukkan bahwa responden dengan frekuensi pembelian 1 kali sebanyak 12 orang atau 24,0%, 2-3 kali sebanyak 21 orang atau 42,0% dan lebih dari 3 kali sebanyak 17 orang atau 34,0%. Berdasarkan uraian tersebut dapat

disimpulkan bahwa sebagian besar responden dengan frekuensi pembelian sebanyak 2-3 kali.

4.2 Deskriptif Statistik

Analisis statistic digunakan untuk menggambarkan keadaaan variable-variabel penelitian secara statistic. Penelitian ini menggunakan 3 variabel penelitian yaitu Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Kinerja Operasional. Penilaian ini diukur dengan score nilai terendah 1 (sangat tidak setuju) dan score nilai tertinggi 5 (sangat setuju), sehingga didapatkan interval untuk menentukan kriteria evaluasi responden terhadap variabel sebagai berikut:

$$Interval = \frac{nilai\ maksimum - nilai\ minimum}{kelas\ interval}$$

$$Interval = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Berdasarkan interval tersebut, maka dalam interpretasi dari nilai kelas-kelas interval atas jawaban yang diperoleh dari responden:

Tabel 4.5 Interpretasi Kelas Interval

Interval	**Interpretasi**
1,00 - 1,80	Sangat rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang

4.1.5 Variabel Kualitas Produk

3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat tinggi

Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan dapat dijelaskan distribusi penilaian responden terhadap variabel Kualitas Produk yang ditunjukkan pada Tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

No	Indikator	Rata-rata	Keterangan
1	Kualitas produk Dowa Bag sudah sesuai harapan konsumen	4,28	Tinggi
2	Tampilan produk yang dikeluarkan Dowa Bag memiliki daya tarik tersendiri melalui indra penglihatan (Bentuk, Warna, Ukuran)	4,22	Tinggi
3	Daya tahan produk Dowa Bag cukup baik berdasarkan (Lama penggunaan, Umur teknis, Ekonomis produk)	4,18	Tinggi
4	Produk yang diterima konsumen sudah memenuhi klaim bahwa terdapat kemudahan pemeliharaan produk Dowa Bag	3,96	Tinggi

5	Kehandalan produk yang diberikan Dowa bag minim mengalami kerusakan atau gagal penggunaan (Retsleting, Ring dan lainnya)	4,32	Tinggi
	Rata-rata	4,19	Tinggi

(Sumber: data diolah 2025)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Kualitas Produk pada Tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden adalah 4,19 (Tinggi). Selanjutnya penilaian tertinggi terdapat pada indikator kelima yang menyatakan "Kehandalan produk yang diberikan Dowa bag minim mengalami kerusakan atau gagal penggunaan (Retsleting, Ring dan lainnya)" dengan rata-rata sebesar 4,32. Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator keempat yang menyatakan "Produk yang diterima konsumen sudah memenuhi klaim bahwa terdapat kemudahan pemeliharaan produk Dowa Bag" dengan rata-rata sebesar 3,96. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen setuju jika Dowa Bag Factory memiliki kualitas produk tas yang baik, dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, dengan pilihan warna dan model yang menarik, serta memiliki daya tahan lama.

4.1.6 Variabel Inovasi Produk

Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan dapat dijelaskan distribusi penilaian responden terhadap variabel Inovasi Produk yang ditunjukkan pada Tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk

No	Indikator	Rata-rata	Keterangan
1	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag selalu sesuai trend terkini atau up to date	4,14	Tinggi
2	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag selalu memenuhi dan membantu kebutuhan konsumen	4,24	Tinggi
3	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan produk lainnya.	3,96	Tinggi
4	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag selalu berbagai jenis dan pilihan produknya	4,16	Tinggi
5	Konsumen menyukai adanya inovasi yang selalu di berikan Dowa Bag	4,18	Tinggi
	Rata-rata	4,13	Tinggi

(Sumber: data diolah 2025)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Inovasi Produk pada Tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden adalah 4,13 (Tinggi). Selanjutnya penilaian tertinggi terdapat pada indikator kedua yang menyatakan "Produk yang dikeluarkan Dowa Bag selalu memenuhi dan membantu kebutuhan konsumen" dengan rata-rata sebesar 4,24. Sedangkan penilaian terendah terdapat

pada indikator ketiga yang menyatakan “Produk yang dikeluarkan Dowa Bag memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan produk lainnya” dengan rata-rata sebesar 3,96. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen setuju jika Dowa Bag Factory menerapkan inovasi produk guna menghasilkan tas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang menyesuaikan trend terkini dengan berbagai pilihan model yang menarik.

4.1.7 Variabel Kinerja Operasional

Hasil yang didapatkan melalui jawaban responden dapat dijelaskan distribusi penilaian responden terhadap variabel Kinerja Operasional yang ditunjukkan pada Tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Operasional

No	Indikator	Rata-rata	Keterangan
1	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag selalu sesuai trend terkini atau up to date	4,14	Tinggi
2	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag selalu memenuhi dan membantu kebutuhan konsumen	4,00	Tinggi
3	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan produk lainnya.	3,90	Tinggi

4	Produk yang dikeluarkan Dowa Bag selalu berbagai jenis dan pilihan produknya	4,02	Tinggi
5	Konsumen menyukai adanya inovasi yang selalu di berikan Dowa Bag	4,22	Tinggi
	Rata-rata	4,05	Tinggi

(Sumber: data diolah 2025)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel Kinerja Operasional pada Tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden adalah 4,05 (Tinggi). Selanjutnya penilaian tertinggi terdapat pada indikator kelima yang menyatakan "Konsumen menyukai adanya inovasi yang selalu di berikan Dowa Bag" dengan rata-rata sebesar 4,22. Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator ketiga yang menyatakan "Produk yang dikeluarkan Dowa Bag memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan produk lainnya" dengan rata-rata sebesar 3,90. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen setuju bahwa kinerja operasional dari Dowa Bag Factory telah baik, dengan tetap menjaga kualitas produk yang tinggi dan selalu melakukan inovasi untuk meningkatkatkan nilai produk sesuai dengan trend pasar serta kebutuhan konsumen.

4.3 Uji Kualitas Instrumen

4.1.8 Uji Validitas

Pengukuran uji validitas ialah proses untuk memastikan sebuah instrumen penelitian seperti valid atau tidaknya pernyataan kuesioner yang telah disebar. Alat pengukuran yang digunakan ialah Pearson Correlation dimana hitungan korelasi yang terdapat antar skor total pada setiap pertanyaan. Pengujian dengan menganalisis antar skor tingkat signifikansi masing- masing pertanyaan dengan skor total nilai < 0,05. Berikut adalah rangkuman hasil uji validitas pada tabel 4.9 di bawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	**Item**	**Sig**	**Batas**	**Keterangan**
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,000	0,05	Valid
Inovasi Produk (X2)	X2.1	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,000	0,05	Valid
Kinerja Operasional (Y)	Y.1	0,000	0,05	Valid
	Y.2	0,000	0,05	Valid

	Y.3	0,000	0,05	Valid
	Y.4	0,000	0,05	Valid
	Y.5	0,000	0,05	Valid

(Sumber: data diolah 2025)

Hasil uji validitas berdasarkan pada tabel 4.9 di atas dapat dilihat, diketahui besaran angka koefisien korelasi seluruh pertanyaan. Hasil perhitungan koefisien korelasi seluruh butir pertanyaan memiliki nilai sig < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian selanjutnya.

4.1.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memperoleh jumlah ketepatan dan keakuratan skala pengukuran dari beberapa data yang didapatkan untuk diteliti. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat *reliable*. Kuesioner bisa dikatakan *reliabel* jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,7. Pengujian reliabilitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Berikut rangkuman hasil uji reliabilitas pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,842	Reliable
Inovasi Produk	0,642	Reliable
Kinerja Operasional	0,608	Reliable

(Sumber: data diolah 2025)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini bisa dikatakan reliabel karena koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.1.10 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual, variabel independen, dan variabel dependen terdistribusi dengan normal atau tidak dengan dilakukan Uji Kolmogorov Smirnov. Model analisis regresi yang bagus maka hasil akan berdistribusi normal atau mendekati normal. Distribusi data normal, dikatakan normal apabila nilai probability > 0,05. Pengujian dalam penelitian ini uji normalitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Berikut adalah hasil uji normalitas pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.39278858
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.085
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber: data diolah 2025)

Hasil uji normalitas pada tabel 4.11, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena nilai probabilitas yang dihasilkan yaitu 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

4.1.11 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah metode statistic yang digubakan untuk mendeteksi adanya hubungan linear yang kuat antar variabel Independen dalam model regresi berganda. Tujuan untuk memastikan bahwa variabel bebas tersebut benar benar independen satu sama lain, sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan dengan benar. Untuk menguji multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Data penelitian dinyatakan bebas multikolinearitas apabila VIF <10. Uji multikolinieritas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Berikut adalah rangkuman hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk	0,478	2,090	Tidak terdapat multikolinearitas
Inovasi Produk	0,584	1,713	Tidak terdapat multikolinearitas

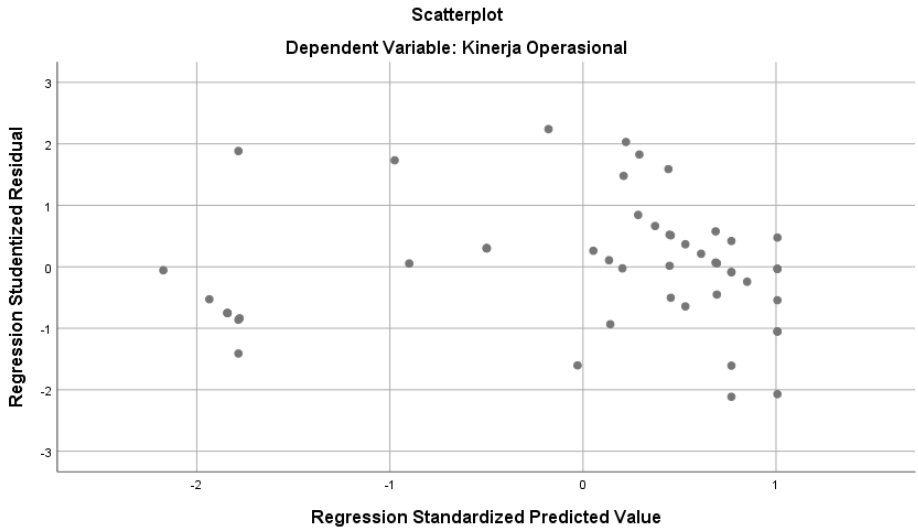
(Sumber: data diolah 2025)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.12, dapat dilihat bahwa *tolerance* dan VIF pada berada pada > 0,10 dan < 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinearitas yang artinya tidak ada korelasi antara variabel-variabel bebas sehingga layak

digunakan untuk analisis lebih lanjut karena nilai tolerance berada di bawah 1 dan nilai VIF jauh dibawah angka 10.

4.1.12 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi perbedaan varian antara residual pengamat dengan pengamat lainnya (Ghozali, 2018:120). Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Begitu juga sebaliknya, apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137-138). Uji heteroskedastisitas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot:



Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas

(Sumber: data diolah 2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplots* pada gambar di atas, tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala gangguan heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Berganda

Metode statistic yang digunkan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (terikat) dengan dua atau lebih variabel independen (bebas). Dengan tujuan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui, serta mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini pengujian regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas

(Kualitas Produk dan Inovasi Produk) terhadap variabel terikat (Kinerja Operasional). Uji regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.13 di bawah ini

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,331	0,290		1,143	0,259
	Kualitas Produk	0,307	0,115	0,325	2,662	0,011
	Inovasi Produk	0,590	0,120	0,597	4,896	0,000
a. Dependent Variable: Kinerja Operasional						

(Sumber data diolah 2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.13 di atas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,331 + 0,307X1 + 0,590X2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 0,331 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel bebas (Kualitas Produk dan Inovasi Produk) diasumsikan tidak

mengalami perubahan (konstan) maka nilai variabel dependen (Kinerja Operasional) adalah sebesar 0,331 satuan

2. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,307, berarti setiap peningkatan variabel Kualitas Produk sebesar 1 satuan, maka Kinerja Operasional akan meningkat sebesar 0,307 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

3. Koefisien regresi variabel Inovasi Produk (X2) sebesar 0,590, berarti setiap peningkatan variabel Inovasi Produk sebesar 1 satuan, maka Kinerja Operasional akan meningkat sebesar 0,590 satuan dengan asumsi variabel bebas yang lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

4.1.13 Uji signifikan t (parsial)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan t untuk menguji apakah sebuah variabel bebas (independen) akan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang terikat (dependen). Uji t dilakukan menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Hasil Uji-t (parsial) ini digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Apabila nilai signifikansi pada t-signifikan ≤ 0,05 atau 5%, artinya variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Selanjutnya untuk mengetahui arah pengaruh yang dihasilkan dari variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat diketahui dari nilai koefisien regresi. Koefisien regresi yang

bernilai positif menunjukkan pengaruh yang searah. Sedangkan koefisien regresi yang bernilai negatif menunjukkan pengaruh yang berlawanan arah. Hasil uji statistik t disajikan pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji t Statistik

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,331	0,290		1,143	0,259
	Kualitas Produk	0,307	0,115	0,325	2,662	0,011
	Inovasi Produk	0,590	0,120	0,597	4,896	0,000
a. Dependent Variable: Kinerja Operasional						

(Sumber data diolah 2025)

Berdasarkan hasil tabel 4.14 diatas dapat dijelaskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan koefisien regresi pada pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kinerja operasional bernilai positif sebesar 0,307. Pengujian akan dianggap signifikansi dengan t-statistik dengan

diperoleh nilai signifikansi (p) sebesar 0,011 < 0,05. Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan "Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kinerja Operasional", terbukti.

2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan koefisien regresi pada pengaruh variabel inovasi produk terhadap variabel kinerja operasional bernilai positif sebesar 0,590. Pengujian signifikansi dengan t-statistik diperoleh nilai signifikansi (p) sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan "Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap kinerja Operasional", terbukti.

4.1.14 Uji Statistik F (Simultan)

Uji Statistik F adalah sebuah tes statistic yang digunakan dalam menganalisis regresi untuk mengetahui apakah semua variabel independen (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%. Jika uji signifikansi F lebih besar dari 0,05, maka variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen sama sekali. Begitu juga sebaliknya, jika uji signifikansi F kurang dari 0,05, maka disimpulkan setidaknya salah satu variabel independen memang memengaruhi variabel dependen secara signifikan dalam statistik. Hasil uji statistik F disajikan pada tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27,723	2	13,862	86,179	0,000[b]
	Residual	7,560	47	0,161		
	Total	35,283	49			
a. Dependent Variable: Kinerja Operasional						
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Produk						

(Sumber data diolah 2025)

Hasil uji F pada tabel 4.15 di atas, diperoleh F-hitung sebesar 86,179 dan dianggap nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena sig. F_{hitung} <5% (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap variabel kinerja operasional. Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan "Kualitas Produk dan Inovasi Produk secara bersama berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional", terbukti

4.1.15 Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik model regresi yang digunakan sesuai dengan data yang akan diteliti. (R^2) adalah nol dan satu. Jika Adjusted R square besar (mendekati nol), maka besarnya sumbangan

variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Sehingga besarnya Adjusted R Square berada di antara 0 – 1. Nilai Adjusted R square dapat naik atau turun ketika satu variabel independen ditambah ke dalam model. Dari hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,886[a]	0,786	0,777	0,40106
a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kinerja Operasional				

(Sumber data diolah 2025)

Hasil yang ditunjukkan koefisien determinasi pada tabel 4.16 di atas, bahwa diperoleh hasil nilai adjusted R-Square sebesar 0,777. Hal ini tentu dianggap Kualitas Produk dan Inovasi Produk berpengaruh besar dalam menjelaskan Kinerja Operasional sebesar 77,7%, serta sudah disesuaikan terhadap sampel dan variabel independen. Sedangkan sisanya sebesar 22,3% (100%-77,7%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.6 Pembahasan

4.1.16 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional pada Dowa Bag Factory

Pengujian hipotesis 1 menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan dianggap signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag Factory. Hal tersebut terbukti dengan hasil koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,307 dengan probabilitas 0,011 dimana nilai tersebut dianggap signifikan karena ($p<0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan dari Dowa Bag Factory, semakin baik pula kinerja operasional perusahaan. Dengan demikian, hipotesis 1 yang menyatakan "kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional", diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Augusta (2021) yang menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional. Menurut Ernawati (2019) menjelaskan bahwa bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting untuk mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Produk dengan kualitas tinggi memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk dapat menarik minat dari konsumen, yang menjadikan kinerja operasional dapat berjalan dengan lancar. Produk dengan kualitas tinggi cenderung memiliki tingkat kecacatan yang lebih rendah, sehingga dapat mengurangi biaya produksi ulang akibat retur, perbaikan, atau pemborosan bahan baku yang digunakan. Kualitas produk yang unggul dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas dan reputasi perusahaan di pasar. Konsumen yang puas dengan kualitas produk

lebih cenderung untuk setia pada perusahaan dengan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada calon konsumen yang lain, yang dapat menciptakan citra produk yang semakin kuat.

Peningkatan kualitas produk menjadi langkah yang tepat bagi perusahaan Dowa Bag Factory untuk memastikan kinerja operasional yang optimal. Perusahaan Dowa Bag Factory perlu berfokus pada strategi peningkatan kualitas produk dengan penerapan sistem manajemen mutu dengan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi dan didukung teknologi tinggi pada proses produksi sebagai bentuk investasi. Investasi dalam peningkatan kualitas produk tidak hanya akan memberikan dampak jangka pendek dalam bentuk efisiensi operasional, tetapi juga berdampak pada keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang melalui peningkatan keunggulan bersaing dan profitabilitas perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor kunci dalam membangun daya saing serta meningkatkan efektivitas kinerja operasional Perusahaan.

4.1.17 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional pada Dowa Bag Factory

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan hasil bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag Factory. Hal tersebut terbukti dengan adanya hasil koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,590 dengan probabilitas 0,000 dimana nilai tersebut akan dianggap signifikan karena ($p<0,05$). Hal ini tentu mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan dalam pengembangan produk dari Dowa Bag

Factory, semakin baik pula kinerja operasional yang dicapai. Dengan demikian, hipotesis 2 yang menyatakan "inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional", diterima.

Menurut Nugraha (2019) menerangkan bahwa inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkan nilai tambah. Inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah melalui pengembangan model baru, peningkatan kualitas, serta efisiensi dalam proses produksi. Melalui inovasi produk, perusahaan memiliki kesempatan dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya, efisiensi biaya dan serta meningkatkan kemampuan dalam memenuhi perubahan permintaan pasar dan kebutuhan pelanggan. Produk yang inovatif cenderung memiliki diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan sebelumnya maupun pesaing, sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan dapat meningkatkan keterikatan konsumen merek. Kemampuan yang baik dari perusahaan dalam upaya inovasi produk berperan penting dalam mendorong efektivitas bisnis dengan menemukan solusi yang lebih efisien, meningkatkan kepuasan konsumen, serta mempercepat siklus produksi dan distribusi.

Pengembangan strategi inovasi yang berorientasi pada kebutuhan pasar dan tren industri menjadi hal yang penting bagi perusahaan Dowa Bag Factory. Hal ini dikarenakan inovasi produk melalui riset dan pengembangan (R&D) dapat menjadi investasi bagi perusahaan. Perusahaan dapat memanfaatkan penggunaan teknologi baru dan pengembangan produk melalui berkolaborasi dengan berbagai pihak,

untuk dapat memperoleh produk tas sesuai dengan permintaan pasar maupun konsumen dengan kualitas yang lebih baik. Dengan inovasi yang tepat, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kinerja operasional saja. Tetapi juga memperkuat posisinya dalam persaingan bisnis pada pasar yang fluktuatif dan memastikan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan dalam jangka Panjang.

4.1.18 Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional pada Dowa Bag Factory

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa kualitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag Factory. Hal tersebut terbukti dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 sehingga nilai tersebut dianggap signifikan karena ($p<0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan Dowa Bag Factory yang mampu menjaga standar kualitas produknya sekaligus terus berinovasi akan memiliki keunggulan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional. Dengan demikian, hipotesis 3 yang menyatakan "kualitas dan inovasi produk secara bersama berpengaruh positif terhadap kinerja operasional", diterima.

Kualitas produk yang tinggi memastikan bahwa barang yang dihasilkan memenuhi standar yang ditetapkan, memiliki tingkat kecacatan rendah, dan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Sementara itu, inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, perubahan preferensi pasar dan tantangan keunggulan dalam persaingan industri. Kombinasi antara kualitas produk yang unggul dan inovasi yang

berkelanjutan dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan mengurangi kesalahan produksi dan meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Produk yang memiliki kualitas tinggi cenderung lebih mudah diproduksi dalam jumlah besar dengan tingkat konsistensi yang tinggi, sehingga mempercepat siklus produksi dan distribusi. Di sisi lain, inovasi dalam teknologi, otomatisasi, dan desain produk dapat membantu perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

Peningkatan kualitas dan penerapan inovasi sebuah produk dalam perusahaan dapat membantu membangun kapabilitas lebih dari tujuan yang sudah ditentukan, kemudian hal tersebut akan berpengaruh besar terhadap tingkatan kinerja operasional perusahaan secara efektif dan efisien. Produk berkualitas yang terus dikembangkan oleh perusahaan Dowa Bag Factory melalui inovasi memiliki peluang lebih besar untuk menarik minat calon konsumen baru serta mempertahankan loyalitas konsumen lama. Konsumen cenderung lebih memilih produk dengan standar kualitas tinggi yang juga memiliki model atau manfaat baru yang relevan dengan kebutuhan mereka. Hal ini akan dapat meningkatkan volume penjualan, penguatan citra merek pada konsumen dan perluasan pangsa pasar. Dengan meningkatnya permintaan terhadap produk yang dihasilkan, perusahaan dapat mengoptimalkan kapasitas produksinya dan memaksimalkan efisiensi biaya, sehingga secara keseluruhan akan berkontribusi dalam meningkatkan kinerja operasional.

BAB V

PENUTUP

Pada bagian ini disajikan hasil penelitian secara singkat berupa kesimpulan yang didapatkan pada penelitian yang sudah dilakukan, keterbatasan peneliti dan saran yang disampaikan penulis untuk penelitian selanjutnya dalam memperbaiki penelitian agar lebih baik lagi.

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang diperoleh melalui analisis data dan pembahasan pada pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap kinerja operasional perusahaan pada Dowa Bag Factory dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional Perusahaan di Bag Factory. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan dari Dowa Bag Factory, semakin baik pula kinerja operasional perusahaan.

2. Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional Perusahaan di Bag Factory. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan dalam pengembangan produk dari Dowa Bag Factory, semakin baik pula kinerja operasional yang dicapai.

3. Kualitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional Perusahaan di Bag Factory. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Dowa Bag Factory yang mampu menjaga standar kualitas produknya sekaligus terus berinovasi untuk menciptakan produk yang lebih baik akan memiliki keunggulan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional yang berdampak meningkatkan kinerja operasional.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Disadari peneliti dalam penulisan penelitian terdapat keterbatasan yang ditemukan dalam menjalankan penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan Dowa Bag Factory yang bergerak pada bidang sektor industri fashion, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke seluruh industri atau jenis bisnis lainnya. Hal ini dikarenakan setiap industri memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda dalam menerapkan inovasi produk dan menjaga kualitasnya guna meningkatkan kinerja operasional perusahaan.

2. Penelitian ini dilakukan dalam periode waktu tertentu yang mencerminkan kondisi bisnis dan industri pada saat penelitian berlangsung. Perubahan tren industri, kemajuan teknologi, serta dinamika pasar dalam jangka panjang dapat menyebabkan hasil penelitian ini tidak sepenuhnya relevan di masa mendatang. Selain itu, keterbatasan dalam jumlah responden atau data yang digunakan juga dapat memengaruhi akurasi hasil analisis yang diperoleh.

3. Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel bebas, yaitu kualitas produk dan inovasi produk, dalam kaitannya dengan kinerja operasional perusahaan. Sedangkan dalam praktiknya, kinerja operasional perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis pada penelitian ini. Dalam penelitian ini juga dijelaskan bahwa hubungan antara kualitas produk dan inovasi produk terhadap kinerja operasional dianalisis secara langsung tanpa mempertimbangkan kemungkinan adanya variabel mediasi atau moderasi. Dengan demikian, masih perlu dikembangkan guna menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif.

5.3 Saran

Penelitian yang dilakukan dalam hal ini memiliki kekurangan dan keterbatasan, maka penulis memberi saran bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian di masa mendatang sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan yang mencakup berbagai jenis industri seperti sektor manufaktur, jasa, atau teknologi, untuk melihat apakah hasil yang serupa tetap berlaku dalam konteks yang berbeda. Dengan membandingkan berbagai sektor industri, akan lebih mudah untuk memahami apakah hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi kinerja operasional pada perusahaan sektor industri yang lain secara luas, tidak hanya industri fashion saja.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan studi lanjutan yang menggunakan data dengan cakupan responden yang lebih luas, agar

dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan akurat terhadap hubungan antara kualitas produk, inovasi produk, dan kinerja operasional perusahaan. Dengan demikian, dapat membantu dalam mengamati perubahan tren dan faktor-faktor yang dapat memengaruhi hubungan antara variabel penelitian dalam jangka panjang. Selain itu, penambahan jumlah responden penelitian juga perlu dilakukan untuk meningkatkan akurasi hasil penelitian yang didapatkan.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, manajemen rantai pasok, atau keunggulan bersaing yang dapat memainkan peran penting dalam memperkuat atau memperlemah kinerja operasional perusahaan. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan pendekatan yang lebih kompleks dengan memasukkan variabel mediasi atau moderasi untuk memahami lebih dalam dinamika hubungan yang terjadi.
4. Dari hasil penelitian yang dilakukan implikasi manajerial yang harus dilakukan oleh dowa bag factory menurut peneliti ialah dowa bag factory harus terus mengembangkan pada kualitas dan inovasi produk terlebih desain serta kinerja operasional agar para konsumen terus menggunakan, sehingga keberadaan dalam pasar nasional maupun internasional (pangsa pasar) akan tetap eksis dan bertahan. karena kualitas, inovasi desain, serta kinerja operasional menurut peneliti saling terhubung dalam meningkatkan pembangunan pola strategi perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Tannady Hendy, (2015). Pengendalian Kualitas Produk Yogyakarta: *Graha Ilmu*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Terjemahan Bob Sebran.* Jakarta: Erlangga

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran.* Jakarta: Erlangga

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. Terjemahan Bob Sebran.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th. Edition. England: Pearson Pretice Hall, Inc.*

Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok. Raja Grafindo Persada.

Affandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep, dan Indikator)*. Nusa media. Yogyakarta.

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualiatif, R & D.* Bandung: CV Alfabeta.

Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis II: Pendekatan Pegembangan Keahlian 6th Edition.* Jakarta: Salemba Empat.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kolter, Philip. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran.* Jakarta: Bumi Aksara.

Hubies, Musa. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*. Penerbit PT. Hecca Mitra Utama. Jakarta.

Handoko, T. Hani. (2010). *Manajemen Personalia & Sumber Daya Manusia*. BPFE. Yogyakarta.

Sobandi, K. A. dan Kosasih, S. (2014). *Manajemen Operasi,* Jakarta: Mitra Wacana Media.

Yuwono, Sony, dkk. (2006). Petunjuk Praktis Penyusunan *Balanced Scorecard.* Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Gaspersz, Vincent. (2011). Total Quality Management (untuk Praktisi Bisnis dan industri). jakarta: penerbit swadaya.

Nugraha, r. V. (2019). *Pengaruh inovasi produk, kualitas informasi, inovasi proses terhadap kinerja operasi perusahaan coffee shop di yogyakarta.*

Irsan firdaus, dedie m. Martadisastra (2024) dengan judul " Inovasi produk, desain produk, dan kemampuan operasional berpengaruh terhadap kinerja opersional''. tersedia pada *https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet*

Rizki akbar ramadhan, mochamad nasito (2024) dengan judul "Analisis pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap kinerja operasional perusahaan (studi pada *brand* erigo di *marketplace* shopee)" tersedia pada *https://journal.uii.ac.id/selma/index*

Fika fitriyani, (2024) dengan judul “Pengaruh inovasi, kualitas produk dan strategi perusahaan terhadap keberhasilan bisnis” tersedia pada *https://research.e-siber.org/JSMD*

https://www.agendaindonesia.com/dowa-bag-yogyakarta

LAMPIRAN

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	14	28.0	28.0	28.0
	Perempuan	36	72.0	72.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	17	34.0	34.0	34.0
	30-40 Tahun	16	32.0	32.0	66.0
	40-50 Tahun	4	8.0	8.0	74.0
	Lebih dari 50 tahun	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Swata	16	32.0	32.0	32.0
	PNS	17	34.0	34.0	66.0
	Wirausaha	11	22.0	22.0	88.0
	Lainya	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Frekuensi Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	12	24.0	24.0	24.0
	1-3 Kali	21	42.0	42.0	66.0
	Lebih dari 3 Kali	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	50	2.00	5.00	4.1920	.89894
Inovasi Produk	50	2.20	5.00	4.1360	.85946
Kinerja Operasional	50	2.20	5.00	4.0560	.84857
Valid N (listwise)	50				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	50	2.00	5.00	4.2800	.90441
X1.2	50	1.00	5.00	4.2200	1.07457
X1.3	50	2.00	5.00	4.1800	.91896
X1.4	50	1.00	5.00	3.9600	1.12413
X1.5	50	2.00	5.00	4.3200	.91339
Valid N (listwise)	50				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	50	2.00	5.00	4.1400	.92604
X2.2	50	2.00	5.00	4.2400	.89351
X2.3	50	1.00	5.00	3.9600	1.06828
X2.4	50	2.00	5.00	4.1600	.95533
X2.5	50	2.00	5.00	4.1800	.96235
Valid N (listwise)	50				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	50	2.00	5.00	4.1400	.96911
Y.2	50	2.00	5.00	4.0000	.96890
Y.3	50	2.00	5.00	3.9000	1.05463
Y.4	50	2.00	5.00	4.0200	.97917
Y.5	50	2.00	5.00	4.2200	.86402
Valid N (listwise)	50				

UJI VALIDITAS

Kualitas Produk

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.775**	.798**	.814**	.828**	.922**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.775**	1	.744**	.785**	.779**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.798**	.744**	1	.758**	.805**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	.814**	.785**	.758**	1	.788**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

X1.5	Pearson Correlation	.828**	.779**	.805**	.788**	1	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X1	Pearson Correlation	.922**	.902**	.896**	.917**	.918**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

Inovasi Produk

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.748**	.687**	.735**	.796**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.748**	1	.737**	.719**	.756**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.687**	.737**	1	.706**	.781**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.735**	.719**	.706**	1	.834**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

X2.5	Pearson Correlation	.796**	.756**	.781**	.834**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.883**	.881**	.882**	.893**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

Kinerja Operasional

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.674**	.733**	.771**	.767**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.674**	1	.799**	.602**	.609**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.733**	.799**	1	.674**	.697**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.771**	.602**	.674**	1	.791**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

Y.5	Pearson Correlation	.767**	.609**	.697**	.791**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y	Pearson Correlation	.899**	.844**	.896**	.873**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

UJI RELIABILITAS

Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	5

Inovasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	5

Kinerja Operasional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	5

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.39278858
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.085
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

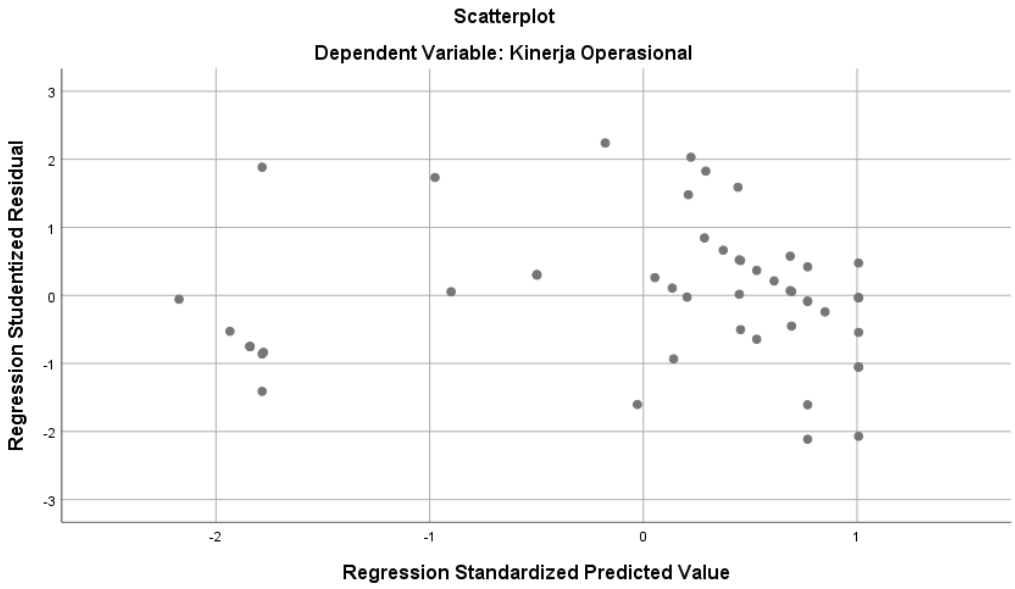
UJI MULITKOLINEARITAS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.331	.290		1.143	.259		
	Kualitas Produk	.307	.115	.325	2.662	.011	.306	3.266
	Inovasi Produk	.590	.120	.597	4.896	.000	.306	3.266

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional

UJI HETEROSKEDASTISITAS



ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886[a]	.786	.777	.40106

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kinerja Operasional

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.723	2	13.862	86.179	.000[b]
	Residual	7.560	47	.161		
	Total	35.283	49			

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Produk

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.331	.290		1.143	.259
	Kualitas Produk	.307	.115	.325	2.662	.011
	Inovasi Produk	.590	.120	.597	4.896	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional