



Artikel Hasil Penelitian

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

Destine Praharsi Dewayani^{a)}, Nursya'bani Purnama

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311076@students.uii.ac.id

ABSTRACT

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 ini adalah 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 menunjukkan 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

PENDAHULUAN

Di era globalisasi setiap orang dapat dengan mudah mengakses informasi. Ketersediaan teknologi dan informasi memungkinkan perusahaan untuk melihat peluang lebih yang muncul dari perhatian konsumen dalam komunitas pasar. Bagi perusahaan melihat peluang adalah kunci untuk melakukan peningkatan efisiensi dan efektifitas perusahaan. Kreativitas dan inovasi yang dilakukan perusahaan tentu akan membangun keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar, dan menciptakan produk baru berbeda dari produk yang ada memberikan nilai tambah bagi perusahaan serta diharapkan dapat diterima oleh konsumen dengan baik (Diharto, 2022; Mardikaningsih *et al.*, 2023).



Faktor tak kalah diperhatikan konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang adalah dari kualitas suatu produk, kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan dan pandangan konsumen terhadap produk atau perusahaan itu sendiri. Kualitas produk sangat penting dan sangat diperhatikan perusahaan dalam menerapkan strategi operasionalnya, karena kualitas menjadi aset dan alat pengukuran untuk menghadapi persaingan (Tannady, 2015). Sehingga perusahaan diharapkan selalu meningkatkan kualitas operasionalnya terhadap kualitas produk yang diciptakan. Faktor penting lain yang diperhatikan suatu perusahaan dalam mengembangkan sayapnya ialah inovasi. Dimana inovasi harus selalu dibuat dan dipikirkan oleh perusahaan melalui pengeluaran produk, layanan baru, keunikan, keefektifan dan keefisienan serta unggul dari sebelumnya. Sehingga inovasi yang dilakukan dapat memberikan sumber daya tambahan 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 (Ayuningrum dan Pangestuti, 2018; Kurniasari dan Utama, 2018; Fauzan, Mawardi dan Iqbal, 2021).

Perkembangan teknologi yang bergerak cepat dan dinamis memungkinkan konsumen mengidentifikasi *trend fashion*, saat ini mudah menemukan produk pasar internasional dan domestik (Jacometti, 2019; Wang *et al.*, 2019; Miati, 2020). 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 faktor sumber daya manusia seperti tenaga kerja, staff perusahaan, metode kerja, dan teknologi yang digunakan. Sehingga dalam pengendalian operasional yang bermutu baik dibutuhkan menjaga standarisasi proses produksi yang dilakukan secara manual dan mekanis 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 perusahaan. Sehingga perusahaan memiliki keuntungan dapat melakukan perencanaan dan tujuan dari organisasi dan para konsumen dapat memiliki keuntungan yaitu dapat memuaskan kebutuhannya (Pujawan dan Er, 2017; Parinduri *et al.*, 2020).

Adanya wabah COVID-19 tidak secara signifikan mengubah tren 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 populer 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 (McQuarrie, Miller dan Phillips, 2013; Wang *et al.*, 2019; Kanal Kerajinan, 2025).

Dowa Bag Factory selalu menciptakan kualitas dan inovasi produk serta menjual layanan terbaik bagi para konsumen. Dimulai dari berbagai macam jenis bahan, warna dan

desain untuk menekankan trend masa kini. Dowa juga menyediakan berbagai inovasi desain produk pilihan konsumen seperti tas, *clutch*, *scarf* hingga sandal dan aksesoris seperti dompet, *pouch*, *pin*, dan gantungan kunci. Dowa Bag memiliki target pasar mulai usia 20 hingga 65 tahun dengan tingkat ekonomi menengah ke atas, oleh karena itulah alasan Dowa selalu hadir memberikan kualitas, inovasi serta pelayanan terbaik agar tetap berada di komunitas pasar nasional maupun internasional (Kanal Kerajinan, 2025). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas dan inovasi desain produk yang terhubung terhadap kinerja operasional perusahaan Dowa Bag terhadap pengambilan keputusan pembelian para konsumen.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Kualitas Produk

Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut (Kotler dan Keller, 2012, 2016) pertama bentuk dimana sebuah produk dapat meliputi ukuran, atau struktur. Kedua fitur yaitu dengan melengkapi fungsi dasar produk. Ketiga penyesuaian dimana perusahaan dapat menyesuaikan keinginan konsumen. Keempat dengan kualitas kerja dimana hal ini termasuk dimensi paling penting ketika perusahaan menerapkan sebuah model dalam memberikan kualitas yang tinggi. Kelima dengan kualitas kesesuaian yaitu perusahaan menciptakan produksi yang memenuhi spesifikasi. Keenam dengan ketahanan yaitu ukuran atau umur suatu produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan. Ketujuh dengan keandalan yaitu memungkinkan tidak mengalami kegagalan pada produk. Kedelapan dimana perusahaan mampu memberikan kemudahan perbaikan ketika produk tidak berfungsi. Kesembilan dengan gaya dimana penampilan dan rasa produk tersebut diciptakan. Terakhir dengan desain dimana desain mempengaruhi tampilan atau fungsi produk berdasarkan kebutuhan

Inovasi Produk

Inovasi dapat diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Inovasi produk merupakan pengetahuan produk baru, yang seringkali dikombinasikan dengan hal baru untuk membentuk metode produksi yang tidak diketahui. Sehingga dapat disimpulkan inovasi produk adalah penciptaan sesuatu yang baru dengan memberikan nilai tambah sebuah produk serta meningkatkan kualitas produk sesuai harapan konsumen (Ellitan dan Anatan, 2009; Syafe'i dan Jalaludin, 2021; Diharto, 2022).

Menurut (Kotler dan Keller, 2012, 2016), inovasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut pertama memiliki kekhasan/khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan. kedua memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar orisinalitas dan kebaruan. ketiga 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. Serta terdapat dua konsep inovasi yaitu diantaranya ialah keinovatifan adalah pikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan. Lalu, kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil.

Kinerja Operasional

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. 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 adanya efektivitas dan efisiensi dari kinerja sebuah perusahaan dalam menggunakan aset dan sumber daya lainnya. Serta melindungi perusahaan dari kerugian, dan memastikan bahwa semua pegawai telah bekerja memenuhi sasaran dan tujuan dengan efisien dan disertai integritas yang tinggi, tanpa biaya yang tidak diinginkan atau berlebihan. Sehingga berbagai pihak (pegawai, *vendor*, maupun pelanggan) menempatkan kepentingan mereka di belakang dan mendahulukan kepentingan perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Operasional

Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, 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 (Yamit, 2001; Tannady, 2015).

Menurut (Kotler dan Keller, 2012, 2016) kualitas dalam sebuah produk tentunya semakin tinggi tingkat kualitas, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. 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.

H₁: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkan nilai tambah (Nugraha, 2019). Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Inovasi produk bukan hanya tentang melahirkan produk baru, namun akan meningkatkan *value* produk (Kurniasari dan Utama, 2018; Nugraha, 2019; Putra, 2021).

H₂: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

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 adalah 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 tingkatkan kinerja operasional perusahaan secara efektif dan efisien (Gaspersz, 2006; Ellitan dan Anatan, 2009; Sobandi dan Kosasih, 2014; Tannady, 2015; Diharto, 2022).

H₃: Kualitas dan inovasi produk secara bersama berpengaruh positif terhadap kinerja operasional.

METODE

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Dowa Bag Factory. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari 50 responden konsumen yang pernah berbelanja di Dowa Bag Factory. Sampel didapatkan dengan penggunaan teknik *purposive sampling* dimana pemilihan ini berdasarkan kriteria menurut peneliti relevan (Sugiyono, 2022). Hasil penelitian didapatkan dengan beberapa aspek seperti karakteristik responden, statistik deskriptif, uji kualitas instrumen, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda dengan menggunakan *software IBM SPSS* versi 25. Analisis statistik digunakan untuk menggambarkan keadaaan variable-variabel penelitian secara statistik. 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.

Tabel 1. Profil Responden

Profil Responden	N	%
<i>Jenis Kelamin</i>		
Laki-laki	14	28
Perempuan	36	72
<i>Usia</i>		
20-30 Tahun	17	34
30-40 Tahun	16	32
40-50 Tahun	4	8
> dari 50 Tahun	13	26
<i>Pekerjaan</i>		
PNS	17	34
Wirausaha	11	22
Lainnya	22	44
<i>Frekuensi Pembelian</i>		
1 Kali	12	24
1-3 Kali	21	42
> dari 3 Kali	17	34

Sumber: Data Primer (2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengukuran uji validitas adalah proses untuk memastikan sebuah instrumen penelitian seperti valid atau tidaknya pernyataan kuesioner yang telah disebar. Alat pengukuran yang digunakan adalah *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 2 di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig	Batas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,00	0,05	Valid
	X1.2	0,00	0,05	Valid
	X1.3	0,00	0,05	Valid
	X1.4	0,00	0,05	Valid
	X1.5	0,00	0,05	Valid
Inovasi Produk (X2)	X2.1	0,00	0,05	Valid
	X2.2	0,00	0,05	Valid
	X2.3	0,00	0,05	Valid
	X2.4	0,00	0,05	Valid
	X2.5	0,00	0,05	Valid
Kinerja Operasional (Y)	Y.1	0,00	0,05	Valid
	Y.2	0,00	0,05	Valid
	Y.3	0,00	0,05	Valid
	Y.4	0,00	0,05	Valid
	Y.5	0,00	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji validitas berdasarkan pada tabel 2 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.

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. Berikut hasil uji reliabilitas pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Uji Reliabilitas

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

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 3 di atas, 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.

Statistik Uji Asumsi Klasik

Berikut di bawah ini adalah rangkaian yang dilakukan untuk pengujian meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas:

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. Berikut adalah hasil uji normalitas pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		50
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0
	<i>Std. Deviation</i>	0,39278858
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,101
	<i>Positive</i>	0,101
	<i>Negative</i>	-0,085
<i>Test Statistic</i>		0,101
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200 ^{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, 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.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah metode statistik yang digunakan 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. Berikut adalah rangkuman hasil uji multikolinearitas pada tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

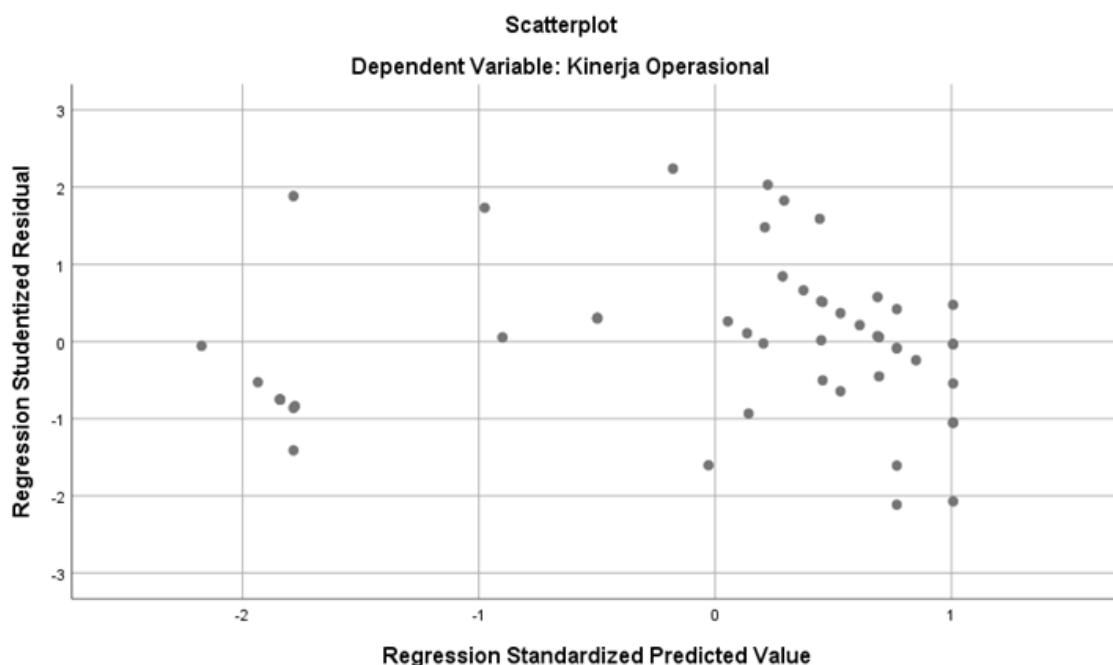
Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk	0,478	2,090	Tidak terdapat multikolinearitas
Inovasi Produk	0,584	1,713	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji multikolinearitas pada tabel 5, 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 di bawah angka 10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi perbedaan varian antara residual pengamat dengan pengamat lainnya. Jika varian dari residual 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 di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Uji heteroskedastisitas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Statistic 25. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplot*:



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplots* pada gambar 1 di atas, tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala gangguan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Metode statistik yang digunakan 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 6 di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<i>t</i>	Sig.
		<i>B</i>	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 6 di atas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,331 + 0,307X_1 + 0,590X_2 + \epsilon$$

Dari hasil persamaan regresi di atas dapat dijelaskan bahwa 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. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) 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. Nilai koefisien regresi variabel inovasi produk (X_2) 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.

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 $\leq 0,05$ 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 (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil tabel 6 di atas dapat dijelaskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- 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*", didukung.
- 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*", didukung.

Uji Statistik F (Simultan)

Uji Statistik F adalah sebuah uji statistik 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 mempengaruhi variabel dependen sama sekali. Begitu juga sebaliknya, jika uji signifikansi F kurang dari 0,05; maka disimpulkan setidaknya salah satu variabel independen memang mempengaruhi variabel dependen secara signifikan dalam statistik. Hasil uji statistik F disajikan pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7. 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			

- Dependent Variable:* Kinerja Operasional
- Predictors:* (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Produk

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji F pada tabel 7 di atas, diperoleh F-hitung sebesar 86,179 dan dianggap nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena $\text{sig. } F_{\text{hitung}} < 5\% (0,000 < 0,05)$, 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*”, didukung.

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* kecil (mendekati nol), maka besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Sehingga besarnya *Adjusted R Square* berada diantara 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 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,886a	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 8 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.

Pembahasan

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*”, didukung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putra (2021) yang menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional. 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 (Yamit, 2001; Gaspersz, 2006).

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*", didukung.

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 (Yamit, 2001; Gaspersz, 2006; Ellitan dan Anatan, 2009).

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 (Fauzan, Mawardi dan Iqbal, 2021; Diharto, 2022).

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*", didukung.

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 (Yamit, 2001; Ellitan dan Anatan, 2009; Pujawan dan Er, 2017; Parinduri *et al.*, 2020).

KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan peneliti dalam penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan Dowa Bag Factory dalam bidang sektor industri *fashion*, sehingga hasil belum tentu dapat digeneralisasikan seluruh industri lain karena setiap industri memiliki karakteristik dan tantangan berbeda dalam menerapkan inovasi dan menjaga kualitasnya produk guna meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Penelitian hanya dilakukan dalam waktu tertentu pada saat penelitian berlangsung, perubahan tren industri, kemajuan teknologi, serta dinamika pasar dapat menyebabkan hasil penelitian tidak sepenuhnya relevan. Selain itu keterbatasan jumlah responden atau data yang digunakan mempengaruhi akurasi hasil analisis, karena hanya berfokus pada dua variabel bebas yaitu kualitas dan inovasi yang berkaitannya dengan kinerja operasional perusahaan sedangkan kinerja operasional perusahaan juga dipengaruhi oleh faktor lain.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Implikasi manajerial yang harus dilakukan oleh Dowa Bag Factory menurut peneliti ialah Dowa Bag Factory harus terus mengembangkan kualitas dan inovasi produk terlebih desain serta kinerja operasional agar para konsumen terus menggunakan, sehingga keberadaan dalam pasar nasional maupun internasional akan tetap eksis. Karena kualitas, inovasi desain, serta kinerja operasional menurut penulis saling terhubung dalam meningkatkan pembangunan pola strategi perusahaan tersebut.

KESIMPULAN

Melalui analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas dan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja operasional Perusahaan Dowa Bag Factory, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas dan inovasi produk yang dihasilkan dan diterapkan maka semakin baik kinerja operasional perusahaan.

Adapun, kualitas dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional Perusahaan Dowa Bag Factory, dimana hal ini perusahaan Dowa Bag Factory mampu menjaga standar kualitas produk sekaligus terus berinovasi untuk menciptakan produk yang lebih baik dan memiliki keunggulan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional yang berdampak meningkatkan kinerja operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningrum, I.D. dan Pangestuti, E. (2018) "Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing dan kepuasan pengunjung industri pariwisata di kabupaten Bojonegoro," *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), hal. 195–203.
- Diharto, A.K. (2022) *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara.
- Ellitan, L. dan Anatan, L. (2009) *Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: Alfabeta.

- Fauzan, Y., Mawardi, M.K. dan Iqbal, M. (2021) “INOVASI MODEL BISNIS UKM DITINJAU DARI BERBAGAI PERSPEKTIF,” *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), hal. 43–56. Tersedia pada: <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/1019>.
- Gaspersz, V. (2006) *Total Quality Management TQM: untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. 9 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jacometti, V. (2019) “Circular Economy and Waste in the Fashion Industry,” *Laws*, 8(4), hal. 27. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3390/laws8040027>.
- Kanal Kerajinan (2025) *Dowa Bag Yogyakarta, Tas Rajut Premium Asli, AGENDA INDONESIA*. Tersedia pada: <https://www.agendaindonesia.com/dowa-bag-yogyakarta/> (Diakses: 1 Agustus 2025).
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012) *Marketing Management*. 14 ed. Pearson: Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2016) *Marketing Management*. 15th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson (Always learning).
- Kurniasari, R.D. dan Utama, A. (2018) “PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS PADA KERAJINAN ENCENG GONDOK ‘AKAR’),” *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 7(5), hal. 467–477. Tersedia pada: <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/jmbi/article/view/13256>.
- Mardikaningsih, R. et al. (2023) *Inovasi & Tren Layanan Digital Berbagai Sektor*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- McQuarrie, E.F., Miller, J. dan Phillips, B.J. (2013) “The Megaphone Effect: Taste and Audience in Fashion Blogging,” *Journal of Consumer Research*, 40(1), hal. 136–158. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1086/669042>.
- Miat, I. (2020) “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar),” *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), hal. 71–83. Tersedia pada: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/ABIWARA/article/view/795>.
- Nugraha, R.V. (2019) *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasi Perusahaan Coffee Shop di Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia. Tersedia pada: <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/18296;jsessionid=57CB8EB6BB291624FC3EBA1C0F8615F5>.
- Parinduri, L. et al. (2020) *Teori dan Strategi Manajemen Operasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Pujawan, N. dan Er, M. (2017) *Supply Chain Management: Lengkap Membahas Strategi, Perancangan, Operasional, dan Perbaikan Supply Chain untuk Mencapai Daya Saing*. 3 ed. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Putra, R.A.S. (2021) *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja*

Operasional Perusahaan (Studi Pada Almer Apparel Di Yogyakarta). Universitas Islam Indonesia. Tersedia pada: <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/36542>.

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

Sugiyono (2022) *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Syafe'i, D. dan Jalaludin (2021) "PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECIL MENENGAH PADA PENJAHIT PAKAIAN DI KECAMATAN BATURAJA TIMUR KABUPATEN OKU," *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), hal. 105–127.

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

Wang, H. et al. (2019) "Sustainable fashion index model and its implication," *Journal of Business Research*, 99, hal. 430–437. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.027>.

Yamit, Z. (2001) *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. 1 ed. Yogyakarta: Ekonisia.