

PENGARUH DESAIN DAN KUALITAS CETAK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. DAFFAIZ DI BATANG KUIS

Fachriza Adha¹, Sahnan Rangkuti², Al Firah³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa, Indonesia
alfirah41@dharmawangsa.ac.id

Article History:

Received: 25 April 2024

Revised: 2 Mei 2024

Accepted: 27 Juni 2024

Keywords:

Desain,
Kualitas Cetak, Kepuasan
Pelanggan

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain dan kualitas cetak terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Daffaiz di BatangKuis. Populasi dan sampel berjumlah sama (sampel jenuh) sebanyak 73 pelanggan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data adalah observasi, dokumentasi, kuesioner. Teknik analisis data adalah uji validitasi, uji reabilitas, uji asumsiklasik (uji normalitas, uji multikolineritas), uji heteroskedastisitas, (regresi linier berganda, uji t, uji f, uji determinasi). Hasil uji hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai thitung > ttabel yaitu $2,308 > 1,669$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti Desain memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan CV. Daffaiz. Hasil uji hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai thitung > ttabel yaitu $2,818 > 1,669$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima berarti Kualitas Cetak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan variabel Kepuasan Pelanggan CV. Daffaiz. Hasil uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa nilai Fhitung > Ftabel yaitu $4,790 > 3.12$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, berarti adanya pengaruh antara Desain dan Kualitas Cetak terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Daffaiz. Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,592 artinya variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Desain (X1) dan Kualitas Cetak (X2) sebesar 59,2% sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang berkembang pesat saat ini adalah perusahaan yang menggunakan jasa desain, baik percetakan, sablon maupun *digital printing*. Salah satu perusahaan percetakan yang telah dikenal oleh masyarakat yaitu CV. Daffaiz memiliki lokasi yang strategis karena berada dekat dengan sekolah dan kantor. Berkembangnya perusahaan ini tentu tidak terlepas dari desain dan kualitas cetak yang diberikan kepada pelanggannya.

Desain yang dihasilkan CV. Daffaiz monoton/ tidak *to date* dan masih melakukan kesalahan cetak yang membuat pelanggan melakukan *return* hasil cetak. Hal ini tentu tidak cukup membuat pelanggan puas. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan

perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterimadenganpelayanan yang diharapkannya.

Pelanggan dikatakan puas apabila pelanggan mengadakan pembelian ulang dan tidak memiliki keluhan atas jasa yang dinikmatinya. Namun, apabila pelanggan tidak mengadakan pembelian ulang dan jumlah pelanggan menurun berarti kepuasan mereka tidak terpenuhi sehingga pendapatan CV. Daffaiz akan menurun.

Untuk mengukur kepuasan, dilakukan dengan cara yang paling simpel yakni menyediakan kotak saran, apabila ada pelanggan yang merasakurang/tidak puas maka menuliskan keluhannya di kotak saran. Dengan terciptanya kepuasan terhadap pelayanan, kenyamanan, fasilitas yang ada dalam perusahaan akan membawa beberapa manfaat diantaranya adalah terciptanya komunikasi mulut kemulut yang positif terhadap perusahaan maupun terciptanya kesetiaan pelanggan terhadap jasa desain grafis dalam pembuatan *banner* di perusahaan.

LANDASAN TEORITIS

Desain

Kotler dan Keller (2017: 396), Desain biasa diterjemahkan sebagai seni terapan dan berbagai pencapaian kreatif lainnya. Dalam sebuahkalimat, kata "desain" bisadigunakanbaiksebagai kata benda maupun kata kerja. Sebagai kata kerja, "desain" memiliki arti "proses untuk membuat dan menciptakan obyek baru". Sebagai kata benda, "desain" digunakanuntuk menyebut hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal, atauberbentukobyeknyata.

Kotler dan Keller (2017), Desain adalahkonsep yang menganggap bahwa kualitas harus diintegrasikan dalam setiap langkah proses, bukan hanya diuji di bagianakhir proses, untuk memastikan kualita sproduk akhir yang konsisten.Enrico dalam Ilmaya (2016:60), beberapa indikator untuk mengukur desain produk adalah model terbaru, warna, dan variasi desain

Suyanto (2014 : 103) unsur-unsur pembuatan desain yang perlu diperhatikan adalah:

1. Garis (*Line*),unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain.
2. Bentuk (*Shape*), segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar.
3. Tekstur (*Texture*), tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba.
4. Ruang (*Space*), jarak antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya yang pada praktek desain dapat dijadikan unsur untuk memberi efek estetika desain.
5. Ukuran (*Size*), unsur lain dalam desain yang mendefinisikan besar kecilnya suatu obyek.
6. Warna (*Colour*), karena dengan warna orang bisa menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk bentuk visual secara jelas.

KualitasCetak

Kasali (2017:135),Media Cetak adalah adalah sebuah proses industri untuk memproduksi secara massal tulisan dan gambar, terutama dengan tinta di atas kertas menggunakan sebuah mesin cetak. Contohnya surat kabar atau koran, majalah, tabloid dan lain sebagainya.

Landa, dkk, (2017 : 51),Dalam setiap proses cetak produk grafika, teknik cetak yang digunakan pada dasarnya selalu mengacu pada 3 elemen dasar. Elemen-elemen dasar proses cetak tersebut yaitu :

1. Tinta, penghantar warna pada suatu proses cetak

2. Media cetak, tergantung dari jenis proses cetaknya yang akan mengolah media cetak tersebut.
3. Plate cetak, berfungsi sebagai pembawa informasi yang nantinya akan disampaikan ke media cetak (substrate).

Kepuasan Pelanggan

Gerso Ricard dalam Sudarsito (2014:3), Kepuasan pelanggan adalah anggapan pelanggan bahwa harapannya terpenuhi dengan menggunakan suatu produk perusahaan, Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan sebagai tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas akan suatu produk tentunya pelanggan tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Moenir (2018:197), faktor – faktor untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Harga, Produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

Biaya, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk dan jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

METODE

Penelitian ini dilakukan di CV. Daffaiz yang beralamat di Gg. Amal Desa Tanjung Sari, Kec. Batang Kuis, Kab. Deli Serdang. Azwar (2012:9), populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 73 orang pelanggan.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan sumber data yang penelitian ini, menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data adalah observasi, dokumentasi, kuesioner. Teknik analisis data adalah uji validasi, uji reabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas), uji heteroskedastisitas, (regresi linier berganda, uji t, uji f, uji determinasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Desain (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
$X_{1.1}$	0,829	0,230	Valid
$X_{1.2}$	0,800	0,230	Valid
$X_{1.3}$	0,474	0,230	Valid
$X_{1.4}$	0,616	0,230	Valid
$X_{1.5}$	0,586	0,230	Valid
$X_{1.6}$	0,599	0,230	Valid
$X_{1.7}$	0,637	0,230	Valid
$X_{1.8}$	0,346	0,230	Valid
$X_{1.9}$	0,281	0,230	Valid

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai $df = n - 2$, yaitu $73 - 2 = 71$ sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} 0,230$ maka seluruh pernyataan variable **Desain** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Cetak (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
$X_{2.1}$	0,575	0,230	Valid
$X_{2.2}$	0,735	0,230	Valid
$X_{2.3}$	0,794	0,230	Valid
$X_{2.4}$	0,602	0,230	Valid
$X_{2.5}$	0,749	0,230	Valid
$X_{2.6}$	0,581	0,230	Valid
$X_{2.7}$	0,667	0,230	Valid
$X_{2.8}$	0,852	0,230	Valid
$X_{2.9}$	0,627	0,230	Valid

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai $df = n - 2$, yaitu $73 - 2 = 71$ sehingga diperoleh nilai $r_{tabel} 0,230$ maka seluruh pernyataan variable **Kualitas Cetak** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
$Y_{1.1}$	0,340	0,230	Valid
$Y_{1.2}$	0,254	0,230	Valid
$Y_{1.3}$	0,334	0,230	Valid
$Y_{1.4}$	0,268	0,230	Valid
$Y_{1.5}$	0,316	0,230	Valid
$Y_{1.6}$	0,312	0,230	Valid
$Y_{1.7}$	0,366	0,230	Valid
$Y_{1.8}$	0,343	0,230	Valid
$Y_{1.9}$	0,415	0,230	Valid

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas, nilai r_{tabel} yang digunakan dapat diketahui dengan mencari nilai $df = n - 2$, yaitu $73 - 2 = 71$ sehingga diperoleh nilai $r_{\text{tabel}} 0,230$ maka seluruh pernyataan variable **Kepuasan Pelanggan** dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Batas Kritis	Kesimpulan
Desain	0,825	0,60	Reliable
KualitasCetak	0,860	0,60	Reliable
KepuasanPelanggan	0,828	0,60	Reliable

Sumber:DataDiolah(2023)

Berdasarkan *output* yang diperoleh pada tabel di atas, menunjukkan bahwa Desain (0,825), Kualitas Cetak (0,860), dan Kepuasan Pelanggan (0,828) > 0,60, maka variabel-variabel tersebut adalah reliable.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.194	1.628		3.198	.002		
	Desain (X1)	.420	.321	.221	2.308	.195	.423	2.363
	Kualitas Cetak (X2)	.857	.304	.477	2.818	.006	.423	2.363

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber:DataDiolah(2023)

Dari persamaan regresi ini menunjukkan nilai α sebesar 7,194 yang artinya konstanta atau keadaan saat variabel Kepuasan Pelanggan belum dipengaruhi variabel lainnya yaitu Desain (X_1) dan KualitasCetak (X_2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Kepuasan Pelanggan tidak mengalami perubahan. Koefisien regresi variabel Desain sebesar 0,420.

Tabel 6. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Desain (X1)	Kualitas Cetak (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)
N		76	76	76
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	55.42	46.67	53.92
	Std. Deviation	4.293	4.533	8.148
Most Extreme Differences	Absolute	.279	.183	.289
	Positive	.279	.183	.289
	Negative	-.138	-.142	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		2.436	1.593	2.523
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.013	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber:DataDiolah(2023)

Berdasarkan tabel Kolmogorov-Smirnov Test di atas, dapatdiketahuiapakah data penelitian telah terdistribusi normal atau tidak, dan hasil test distribusi ternyata menunjukkan normal.

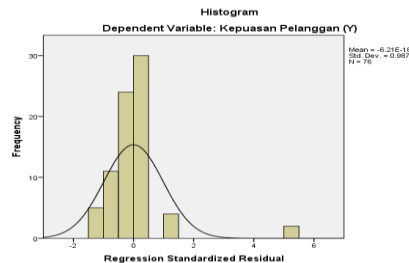
Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.194	1.628		3.198	.002		
	Desain (X1)	.420	.321	.221	2.308	.195	.423	2.363
	Kualitas Cetak (X2)	.857	.304	.477	2.818	.006	.423	2.363

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 untuk variabel penelitian Desain dan Kualitas Cetak, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.



Gambar 1. Grafik Histogram

Sumber:DataDiolah(2023)

Dari grafik histogram di atas diketahuibah watitik-titik yang dihasilkan membentuk suatu pola grafik tertentu, sebaran data membentuk suatu grafik yang memiliki titik tertinggi pada garis vertikal nol. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitianini bersifat homoskedastis.

Tabel 8. Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.194	1.628		3.198	.002		
	Desain (X1)	.420	.321	.221	2.308	.195	.423	2.363
	Kualitas Cetak (X2)	.857	.304	.477	2.818	.006	.423	2.363

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber:DataDiolah(2023)

Uji t (X_1 dan Y), berdasarkan dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $2,308 > 1,669$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel Desain memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel Kepuasan Pelanggan. Uji t (X_2 dan Y), berdasarkan dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $2,818 > 1,669$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, maka variabel Kualitas Cetak memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel KepuasanPelanggan.

Tabel 9. Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	577.620	2	288.810	4.790	.011 ^b
	Residual	4401.907	73	60.300		
	Total	4979.526	75			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Cetak (X2), Desain (X1)

Sumber:DataDiolah(2023)

Berdasarkan hasil di atas diketahui nilai $F_{hitung} = 4,790$. Nilai F_{hitung} tersebut selanjutnya dibandingkan F_{tabel} dengan jumlah $n = 73$ berdasarkan tingkat kesalahan $\alpha 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 3,122. Dari hasil yang disajikan tersebut diketahui bahwa $4,790 > 3.122$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka variabel Desain dan Kualitas Cetak secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau berpengaruh positif dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

Tabel 10 KoefisienDeterminasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 ^a	.612	.592	7.765

a. Predictors: (Constant), Kualitas Cetak (X2), Desain (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber:DataDiolah(2023)

Menurut klasifikasi tingkat hubungan maka hubungan antara Desain (X1) dan Kualitas Cetak (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat kekuatan yang kuat. Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa pengaruh Desain dan Kualitas Cetak dengan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,592 atau 59,2% sedangkan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Desain terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Daffaiz

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,308 > 1,669$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti Desain memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan CV. Daffaiz.

Jika produk memiliki desain yang menarik dan unik dan menghadirkan nilai tambah bagi pelanggan dan akan merasa puas dengan pengalamannya dan kemungkinan besar akan memilih produk tersebut kembali. Desain juga dapat membantu menciptakan *brand image* atau citra merek yang positif untuk meningkatkan kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Desain yang inovatif juga dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Jika produk atau layanan memiliki desain yang unik dan menghadirkan nilai tambah bagi pelanggan, mereka akan merasa lebih puas dengan pilihan mereka.

Pengaruh Kualitas Cetak Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Daffaiz

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,818 > 1,669$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima berarti Kualitas Cetak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan variabel Kepuasan Pelanggan CV. Daffaiz.

Jika kualitas cetak tidak memadai, misalnya, teks atau gambar tidak terbaca dengan jelas, maka pengalaman pengguna akan terpengaruh secara negatif. Namun, pelanggan akan lebih puas dengan cetakan yang mudah dibaca dan dimengerti sehingga dapat meningkatkan kredibilitas konten. Cetakan yang jelas dan rapi, menarik secara visual dengan warna-warna

yang tepat cenderung lebih dipercaya daripada cetakan yang buram atau mengandung kesalahan sehingga memiliki dampak emosional pada pelanggan..

Pengaruh Desain dan KualitasCetakTerhadapKepuasanPelanggan Pada CV. Daffaiz

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $4,790 > 3,12$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, berarti adanya pengaruh antara Desain dan KualitasCetakterhadapKepuasanPelanggan pada CV. Daffaiz. Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,592 artinya variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variable Desain (X_1) dan KualitasCetak (X_2) sebesar 59,2% sedangkan sisanya 40,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Desain yang menarik dan estetik, berfokus pada kebutuhan dan preferensi pelanggan yang lebih relevan dapat menarik perhatian pelanggan dan menciptakan kesan positif tentang produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan. Cetakan yang tajam, jelas, dan berkualitas tinggi mencerminkan profesionalisme dan perhatian perusahaan, membantu memastikan bahwa pesan atau informasi yang ingin disampaikan perusahaan dapat dipahami dengan baik oleh pelanggan. Penting bagi perusahaan untuk secara konsisten berinvestasi dalam desain yang baik dan kualitas cetak yang tinggi untuk mencapai kepuasan pelanggan yang berkelanjutan. Melakukan survei kepuasan pelanggan, mendengarkan umpan balik, dan terus meningkatkan kualitas desain dan cetakan adalah langkah-langkah penting untuk memastikan kepuasan pelanggan tetap tinggi dan membangun reputasi yang positif bagi perusahaan.

KESIMPULAN

Secara parsial, Desain (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat pada variabel Desain dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,308 > 1,669$. Secara parsial, Kualitas Cetak (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat pada variabel Kualitas Cetak dengan nilai $2,818 > 1,669$. Secara simultan (bersama-sama), variabel Desain (X_1) dan Kualitas Cetak (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $4,790 > 3,122$. Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Desain dan Kualitas Cetak mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,592 atau 59,2% sedangkan sisanya sebesar 40,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Ilmaya, Fahma. (2011). "Skripsi Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Batik di Eka Batik Semarang". Universitas Diponegoro. Semarang
- Kiding, Yohanis D. (2013). "Skripsi Kaya Media Cetak "Majalah Civitas". Tersedia pada <https://core.ac.uk/download/pdf/25493922.pdf> (diakses tanggal 17 Januari 2023).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Landa, R. (2011). *Graphic design solution 4th edition*. Boston: Clark Baxter.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2011). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy International Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Ritonga, A. J. P., & Firah, A. (2022). Pengaruh Informasi Produk dan Packing Desain Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Frisian Flag Indonesia Cabang Medan. *Journal Economic Management and Business*, 1(2), 124-135.
- Suyanto. (2014). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi
- Sukartaatmadja, I. & Rifqy, D. N. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan dan Kualitas Jasa Cetak Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Percetakan IPB). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 3(3), 166-172.
- Sudarsito. (2004). "Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar", Tesis Tidak Dipublikasikan, Program Pascasarjana UMS, Surakarta
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Pres