

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI HELM BOGO (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIPA SURABAYA)

Dian Ayu Lestary<sup>1</sup>, Mochammad Munir Rachman<sup>2</sup>, Tony Susilo Wibowo<sup>3</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email: [dianayulestary1@email.com](mailto:dianayulestary1@email.com)<sup>1</sup>, [tonysus\\_sw@unipasby.ac.id](mailto:tonysus_sw@unipasby.ac.id)<sup>3</sup>

Koresponden : [hnn\\_munir@yahoo.com](mailto:hnn_munir@yahoo.com)<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*Research is used to measure the extent of the influence of product and product design influence on purchasing decisions through buying interest in Bogo helmets for students of the Faculty of Economics and Business, UNIPA Surabaya. After that, a number of 102 respondents were selected and used as samples, as well as the quantitative approach method used. From the results of tests conducted by researchers, it was found that several findings, namely product quality and product design, proved to have an influence on purchase intention, besides that product quality and product design also proved to have an influence on purchasing decisions. Hypothesis testing and f-test. In total, it can be shown that the variables X1, X2, Y1 and Y2 have a significant value <0.50, namely 0.00, meaning that it can be ascertained and proven to have a significant effect between variables.*

**Keywords:** *Product quality, product design, purchase interest, purchase decision*

### ABSTRAK

Riset ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk & desain produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli helm Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya. Setelah itu, sejumlah 102 responden dipilih dan dipakai sebagai sampel, serta metode pendekatan yang dipakai ialah secara kuantitatif. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan beberapa temuan yakni kualitas produk dan desain produk terbukti ada pengaruh terhadap minat beli, selain itu kualitas produk dan desain produk juga terbukti ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis uji-t serta uji-f. Secara keseluruhan dapat disimpulkan variabel X1, X2, Y1 dan Y2 memiliki nilai signifikan <0,50 yakni 0,00 artinya sudah dapat dipastikan dan telah terbukti berpengaruh secara signifikan diantara variabel.

**Kata Kunci :** kualitas produk, desain produk, minat beli, keputusan pembelian

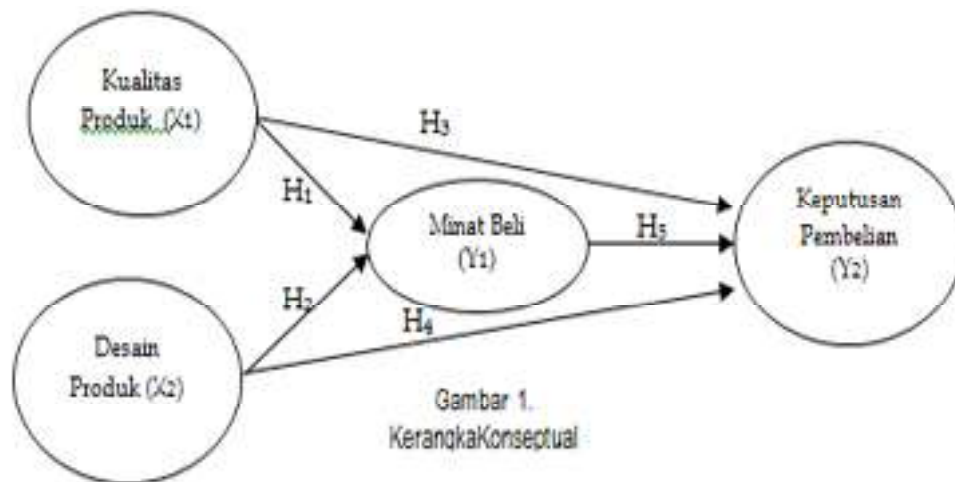
## PENDAHULUAN

Dibeberapa tahun ini, konkurensi/persaingan keunggulan produk helm semakin ketat. Konkurensi/persaingan ini dibuktikan bersama adanya kenaikan kualitas produk yakni lewat bermacam penemuan baru dalam pembuatan helm oleh tiap perusahaan. Berbagai inovasi pemakaian bermacam saluran media social digunakan untuk mempromosikan produk tersebut dan penemuan baru, dimana tiap merk lain. Sehingga aktivitas pemasaran yang baik dan benar berpegang dengan peranan yakni pihak produsen harus mampu membawa pelanggan terkait hasil produksi helm dan mengusahakan dengan tujuan memberi kepuasan kepada pelanggan. Untuk itu setiap produsen juga harus dapat memahami perilaku konsumen agar mengetahui hal-hal ideologis yang membuat konsumen memutuskan guna membeli sebuah produk. Helm Bogo merupakan salah satu varian pelindung kepala ketika berkendara yang mayoritas banyak digunakan oleh anak muda. Meskipun memiliki model yang kekinian, helm ini dibuat dari material khusus sehingga tetap memprioritaskan keamanan dan kenyamanan. Desainnya yang berkelas dan modern membuat banyak orang tertarik untuk memilikinya sebagai pelengkap saat berkendara. Pada awal kemunculannya, mungkin banyak mengira bahwa model produk ini hanya dipakai untuk para pengendara vespa. Sehingga gaya klasik dari bogo justru membuatnya populer, dan modelnya pun juga banyak.

Meningkatnya penjualan sepeda motor di Indonesia berpengaruh terhadap keputusan pembelian helm dikarenakan diwajibkannya menggunakan helm saat menggunakan sepeda motor. Keputusan pembelian yakni suatu proses konsumen dalam memutuskan dimana pada bagian pertama yakni konsumen mengetahui masalahnya, setelah itu untuk menyelesaikan masalahnya konsumen mencari berbagai informasi mengenai suatu produk maupun merek kemudian melihat dan menilai informasi yang didapat apakah bisa menyelesaikan permasalahan konsumen, selanjutnya konsumen akan memberikan keputusan apakah membeli atau tidak menurut (Tjiptono, 2014:21). Ada berbagai macam hal yang bisa memberikan pengaruh keputusan pembelian konsumen diantaranya yakni kualitas produk, desain produk kemudian minat beli. Kualitas produk mempunyai pengaruh kepada keputusan pembelian konsumen. Faktor ini selaras bersamaan dengan yang dikemukakan (Nurdianto dan Yuniati, 2013:71) kualitas produk yakni salah satu tanda yang perlu diamati pelanggan didalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk yang benar akan membuat timbulnya kepercayaan terhadap pelanggan yang nantinya menjadi daya tarik untuk membeli produk tersebut. Salah satunya persaingan desain produk, desain yakni keutuhan fitur yang mempunyai pengaruh tampilan, rasa, dan fungsi produk berlatarkan kebutuhan pelanggan menurut (Kotler dan Keller dalam Ravelby dan Dessy, 2019). Selain kualitas dan desain produk, minat beli juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Minat beli yakni kecondongan pelanggan guna membeli produk atau mengambil keputusan yang ada hubungannya bersama pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan pelanggan melaksanakan pembelian menurut Hasan 2013:173).

Salah satu merek helm yang diminati terutama mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis PGRI Adi Buana Surabaya hal ini karena helm Bogo memiliki motif yang menarik dari segi desain, Berstandar Nasional Indonesia (SNI), mengikuti trend anak muda jaman sekarang, bentuknya yang bulat nyaris sempurna, juga memiliki penutup wajah yang bisa menutupi keseluruhan wajah, sehingga tak perlu khawatir untuk terpapar debu jalanan.

Gambar dibawah ini ialah bentuk penjabaran secara garis besar yang berhubungan dengan penelitian ini :



**METODE**

Riset ini memakai metode secara kuantitatif bersama total responden yakni 102 responden dan populasinya yakni mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unipa Surabaya serta pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Pada riset ini hanya memaparkan fakta yang ada metode pendekatan penelitian yang digunakan yakni metode Eksplanatori dengan tujuan melihat hubungan antar variabel bebas terhadap variabel tersebut. Rancangan dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis yakni dari permasalahan yang sudah ada, langkah selanjutnya peneliti akan melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner terkait Kualitas Produk, Desain Produk, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian yang disebarakan kepada konsumen setelah proses pengumpulan data selesai maka akan dilakukan pengujian atau analisis data menggunakan Path Analisis guna mengetahui nilai koefisien pada masing-masing independen yang dapat digunakan sebagai peramalan.

**HASIL PENELITIAN**

**Uji Validitas**

Sesuai hasil pengujian dapat dipastikan seluruh item mendapatkan nilai *correlations* >0,030, artinya data terbukti valid.

**Uji Reliabilitas**

Dari hasil pengujian, seluruh item mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* >0,60. Artinya data telah reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**Tabel 02**  
**Hasil Uji Normalitas**

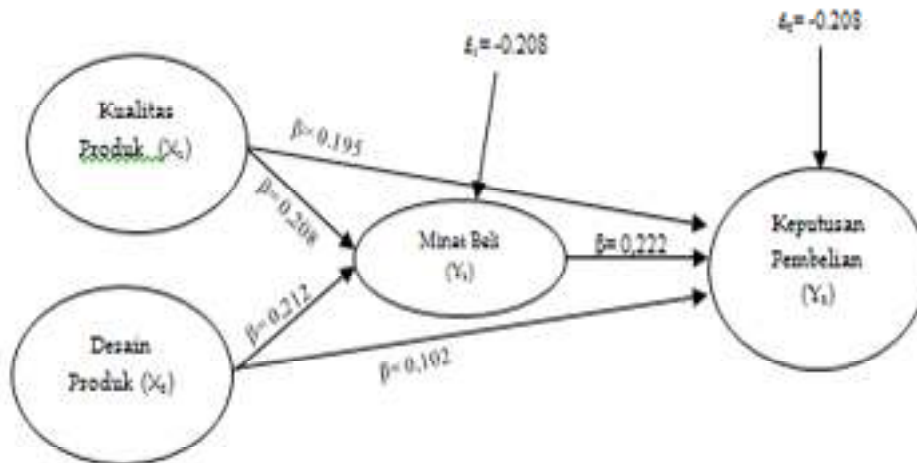
|                        | Unstandardized Residual |
|------------------------|-------------------------|
| N                      | 102                     |
| Test Statistic         | .079                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .125                    |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Sesuai tabel diatas, terbukti data telah berdistribusi normal.

**Analisis Jalur (Path Analysis)**

Dibawah ini merupakan hasil analisis jalur bisa dilihat pada gambar berikut :



Gambar 2. diagram alur variabel kualitas produk, Desain Produk, terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli

Selaras dengan gambar diatas, disini akan menjabarkan terkait pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel

1. Pengaruh Langsung dan tidak langsung:

a. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian  $X_1 \longrightarrow Y_2 = 0,195 \times 0,195 = 0,0380$

Pengaruh tidak langsung melalui minat beli

$$X_1 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = 0,208 \times 0,222 = 0,0461$$

Apabila pengaruh tidak langsung > daripada pengaruh langsung, bisa ditarik hasil variabel tersebut yakni mediasi.

Didapatkan hasil produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Faktornya yakni karena nilai pengaruh langsung < daripada pengaruh tidak langsung (0,0380 < 0,0461).

b. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian  $X_2 \longrightarrow Y_2 = 0,102 \times 0,102 = 0,0104$

Pengaruh tidak langsung melalui minat beli

$$X_2 \longrightarrow Y_1 \longrightarrow Y_2 = 0,212 \times 0,222 = 0,0470$$

Didapatkan kualitas produk memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli dikarenakan nilai pengaruh langsung < daripada pengaruh tidak langsung (0,0104 < 0,0470).

**Uji Hipotesis**  
**Uji t**

**Tabel 03**  
**uji t (parsial)**

| Standardized Coefficients      | T     | Sig. |
|--------------------------------|-------|------|
| (Constant)                     | 4.457 | .000 |
| Kualitas Produk X <sub>1</sub> | 2.188 | .031 |
| Desain Produk X <sub>2</sub>   | 2.709 | .008 |

Catatan... hasil olahan data IBM SPSS versi 25

Didapatkan hasil Nilai X<sub>1</sub> s<sub>2,188</sub> > t tabel sebesar 1,659 (df = n-k = 102 – 2 = 100 (1,1659)) dengan nilai signifikansi 0,004 < 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel kualitas produk X<sub>1</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel minat konsumen Y<sub>1</sub>. Nilai X<sub>2</sub> sebesar 2,709 > t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel desain produk X<sub>2</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel minat konsumen Y<sub>1</sub>.

**Tabel 04**  
**Hasil Uji T**

| Standardized Coefficients      | T     | Sig. |
|--------------------------------|-------|------|
| (Constant)                     | 4.251 | .000 |
| Kualitas Produk X <sub>1</sub> | 2.066 | .041 |
| Desain Produk X <sub>2</sub>   | 2.220 | .029 |
| Minat Beli Y <sub>1</sub>      | 2.289 | .024 |

Sumber... Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Nilai X<sub>1</sub> sebesar 2,066 < t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,041 > 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel kualitas produk X<sub>1</sub> tidak berpengaruh secara negatif dan tidak signifikansi terhadap variabel keputusan pembelian Y<sub>2</sub>. Nilai X<sub>2</sub> sebesar 2,220 > t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Maka bisa ditarik hasil variabel desain produk X<sub>2</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel keputusan pembelian Y<sub>2</sub>. Nilai Y<sub>1</sub> sebesar 2,289 > t tabel sebesar 1,659 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat ditarik hasil variabel minat beli Y<sub>1</sub> berpengaruh secara positif terhadap variabel keputusan pembelian Y<sub>2</sub>.

**Uji F**

**Tabel 05**  
**Hasil Uji F**

|            | F     | Sig.              |
|------------|-------|-------------------|
| Regression | 7.337 | .001 <sup>a</sup> |

Sumber... Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Diperoleh F hitung 7,337 dan taraf keyakinan sebesar 0,5%. Maka bisa disimpulkan, bahwa variabel kualitas produk dan desain produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel minat konsumen sebesar 7,337.

Tabel 06  
Hasil Uji F

|            | F     | Sig.              |
|------------|-------|-------------------|
| Regression | 7.981 | .000 <sup>a</sup> |

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Diperoleh F hitung 7,981 dan taraf keyakinan sebesar 0,5%. Artinya variabel kualitas produk, desain produk dan minat konsumen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Minat Beli ( $Y_1$ ) Helm Merk Bogo

Berlatarkan hasil uji t yang telah diuji menjabarkan hasil bahwa nilai t 2,188 dengan sig. 0,031 yang menjelaskan yakni kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap minat beli pada helm merk Bogo. Kualitas produk yang bagus maka akan memberikan kesan dan kepercayaan terhadap pelanggan guna membeli produk tersebut.

Kualitas produk yakni salah satu landasan berpikir yang harus diamati oleh pelanggan dalam membuat keputusan pembelian. Kualitas produk yang bagus akan membuat pelanggan percaya yang nantinya akan menjadi motivasi/penyemangat bagi pelanggan guna membeli produk tersebut. Hasil riset ini juga memperlihatkan produsen helm Bogo mempunyai daya tahan yang lebih baik dan spesifikasi tinggi sehingga sesuai dengan selera mahasiswa UNIPA. Selain itu fitur yang terupdate juga telah memenuhi kepuasan pelanggan di dukung desain yg lucu dengan warna yg bervariasi. Oleh karena itu, indikator kualitas produk yang meliputi daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas dan estetika memberikan kepuasan bagi konsumen atau pengguna helm merek Bogo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya.

### Pengaruh Desain Produk ( $X_2$ ) Terhadap Minat Beli ( $Y_1$ ) Helm Merk Bogo

Berlatarkan hasil uji t yang telah diuji menjabarkan hasil bahwa nilai t 2,709 dengan sig. 0,008 yang menerangkan desain produk berpengaruh secara positif terhadap minat beli pada helm merk Bogo. Dengan demikian, desain produk yang meliputi variasi desain, model terbaru, dan desain yang mengikuti trend dapat menarik minat beli konsumen karena dirasa desain produk helm Bogo tersebut sangatlah menarik dan variatif. Sehingga, mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya tertarik untuk membelinya.

Oleh karena itu, desain produk yang berkualitas yakni suatu desain yang mampu memahami keinginan konsumen baik dari segi keunikan, bentuk maupun desain yang terkesan modern mengikuti kemajuan zaman. Sehingga, seringkali konsumen menganggap, bahwa produk yang menarik khususnya helm merek Bogo tersebut yakni produk yang mempunyai desain sesuai dengan kebutuhan dan permintaan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya.

### Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) Helm Merk Bogo

Para mahasiswa UNIPA lebih memilih desain produk dari pada kualitas dalam membeli helm Bogo, faktor ini bisa dilihat dari hasil uji t yang telah dilakukan memperlihatkan hasil bahwa

nilai  $t$  2,066 dengan sig. 0,041 yang memperlihatkan kualitas produk berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli pada helm merk Bogo. Hal tersebut dapat dikatakan demikian karena kualitas produk helm merk Bogo belum sepenuhnya dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan apakah membeli helm merk Bogo atau tidak. Sehingga, tidak berpengaruhnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya sedikit banyak akan mempengaruhi minat beli atau konsumsi mereka terhadap produk helm merk Bogo tersebut.

Baik buruknya kualitas produk helm merk Bogo tentu konsumen telah mengetahui dan paham mengapa akhirnya memilih helm merk Bogo untuk mereka gunakan. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari pengaruh negatif kualitas produk terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo tersebut. Oleh karena itu bisa ditarik hasil mahasiswa UNIPA Surabaya telah mengetahui terkait informasi dan telah mengevaluasi daripada kualitas produk helm merk Bogo tersebut, sehingga tidak sepenuhnya mereka masih mempercayai kualitas produk helm merk Bogo tersebut.

### **Pengaruh Desain Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) Helm Merk Bogo**

Berlatarkan hasil uji  $t$  yang telah dilakukan memperlihatkan hasil bahwa nilai  $t$  2,220 dengan sig. 0,029 yang memperlihatkan desain produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada helm merk Bogo. Artinya, kualitas desain helm merk Bogo tersebut masih dapat mempengaruhi minat beli mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya yang pada akhirnya akan mengarah pada keputusan pembelian.

Dalam hal ini, desain produk helm merk Bogo dirasa telah memenuhi lima tahap keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller artinya konsumen sudah paham betul mengenai kualitas desain helm merk Bogo itu sendiri. Sehingga, karakteristik desain helm merk Bogo ini sangatlah diminati oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya dan tertarik untuk menggunakannya.

### **Pengaruh Minat Beli ( $Y_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) Helm Merk Bogo**

Berlatarkan hasil uji  $t$  yang telah diuji memperlihatkan hasil bahwa nilai  $t$  2,289 dengan sig. 0,024 yang memperlihatkan bahwa minat beli berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada helm merk Bogo. Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo yakni pengaruh tertinggi daripada semua variabel dalam penelitian ini.

Apabila mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya telah memutuskan untuk menggunakan atau membeli suatu barang khususnya helm merk Bogo, maka tahapan dalam konteks keputusan pembelian haruslah terpenuhi, setelah itu barulah mereka berminat untuk membeli helm merk Bogo tersebut. Hal tersebut dikatakan demikian karena keputusan pembelian sangatlah berkaitan erat dalam menentukan atau memutuskan minat beli mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UNIPA Surabaya terhadap helm merk Bogo tersebut.

### **Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y_2$ ) melalui Minat Beli ( $Y_1$ ) Helm Merk Bogo**

Variabel kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Faktor yang menyebabkan yakni nilai pengaruh langsung  $<$  daripada pengaruh tidak langsung ( $0,0380 < 0,0461$ ).

### **Desain Produk (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y<sub>2</sub>) melalui Minat Beli (Y<sub>1</sub>) Helm Merk Bogo**

Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli dikarenakan nilai pengaruh langsung lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung ( $0,0104 < 0,0470$ ).

#### **SIMPULAN**

1. Disimpulkan serta dapat dipastikan kualitas produk ada pengaruh terhadap Minat Beli Helm Merk Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji t 2,188 serta sig. 0,031.
2. Disimpulkan serta dapat dipastikan desain produk ada pengaruh terhadap Minat Beli helm merk bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji-t 2,709 dengan sig. 0,008.
3. Disimpulkan kualitas produk ada pengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji-t 2,066 serta sig. 0,041.
4. Disimpulkan desain produk ada pengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk Bogo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji t 2,220 serta sig. 0,029.
5. Disimpulkan minat beli ada pengaruh terhadap keputusan pembelian helm merk bogo. pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya dengan hasil uji t 2,289 serta sig. 0,024.
6. Disimpulkan kualitas produk ada pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui Minat Beli. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Faktor ini disebabkan oleh nilai pengaruh langsung < daripada pengaruh tidak langsung ( $0,0380 < 0,0461$ ).
7. Disimpulkan desain produk terbukti ada pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui Minat Beli. Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli dikarenakan nilai pengaruh langsung < dari pada pengaruh tidak langsung ( $0,0104 < 0,0470$ ).

#### **IMPLIKASI**

Desain produk yang meliputi variasi desain, model terbaru, dan desain yang mengikuti trend dapat menarik minat beli konsumen karena dirasa desain produk helm bogo tersebut sangatlah menarik dan variatif. Sehingga, mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Unipa Surabaya berminat untuk membelinya.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Riset ini mempunyai keterbatasan yakni terfokus terhadap konsumen yang pernah membeli helm bogo baik itu satu atau dua kali pembelian, sehingga peneliti kurang begitu mengetahui. Apakah konsumen yang menggunakan helm bogo benar-benar mengetahui kualitas dari helm tersebut. Untuk itu peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya memfokuskan responden yang benar-

benar mengetahui kualitas helm bogo, dengan cara mengambil responden yang telah melakukan pembelian helm bogo lebih dari satu kali dan digunakan lebih dari satu tahun.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, Muhammad Ari dkk. (2013). Peran Minat Pembelian Konsumen Sebagai Mediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Kue. *Binus Business Review* Vol. 4 No. 1
- Andi dkk (2020). The Effect Of Celebrity Endorser, Product Quality, And Product Design On Pelita Indonesia Students' Buying Interest Ofasus Smartphone. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol 8. No. 1
- Hasan Ali, (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS
- Nurdianto, Dedi dan Tri Yuniati. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Honda*. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2 (10), 1-24
- Rachman, Bayu Januar dan Suryono Budi Santoso. (2015). Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang) *Diponegoro Journal Of Management* Volume 4, Nomor 1
- SutiyeM dkk (2019). Pengaruh desain produk dan harga terhadap minat beli konsumen mebel jati jepara pada Toko Usaha Baru Furniture di Lubuk Alung. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 8 No. 2.
- SutiyeM1, Thesa Alif Ravelby, Dan Dessy Trismiyanti. (2019). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Jati Jepara Pada Toko Usaha Baru Furniture Di Lubuk Alung. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* No. 8 Vol. 2
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset