

# Pengaruh Desain, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam

Murni Wati Hondro<sup>1</sup>, Suhardi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: pb170910214@upbatam.ac.id

## ABSTRAK

*Researchers want to investigate the extent to which design, product quality and branding play a role in improving purchasing decisions. The sampling technique was saturated, with 107 respondents covering the entire population. Data collection techniques through questionnaires and literature study. The analytical method used is multiple regression, which includes: validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, determination test, partial test. The results showed that the design partially had an effect of  $4.096 > 1.983$  from the  $t$  table, which was  $0.00$  less than  $0.05$  alpha. While the quality of the product partially affects  $0.096 < 1.983$  of the  $t$  table,  $0.360$  is greater than alpha  $0.05$ . While the sign has a partial effect of  $4.212 > 1.983$  from  $t$  table,  $0.00$  is smaller than alpha  $0.05$ . Alpha  $0.05$ . And the significance value of the concurrent test. The results of purchasing decisions and the  $R^2$  test showed an effect of  $83.8\%$ . The results showed that design, product quality and branding had a significant influence.*

**Keywords:** Brand; Design; Product Quality.

---

## PENDAHULUAN

PT Rodamas Makmur Motor bergerak di bidang penjualan mobil yang terletak di Jalan Yos Sudarso Kota Batam. Adapun jenis mobil yang dijual oleh perusahaan ini berupa jenis mobil Nissan Livinadi PT Rodamas Makmur Motor Kota Batam desain produk yang membosankan konsumen sehingga kepercayaan konsumen pada produk berkurang, kualitas produk dan citra merek yang masih kurang diperhatikan kualitas sehingga akibat hal ini akan terjadi masalah dalam proses keputusan konsumen dalam membeli produk Nissan "Pengaruh Desain, Kualitas produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam".

## KAJIAN TEORI

### 2.1 Desain

Mereka menyatakan produk dapat dilihat, dirasakan, dan berfungsi bagi pelanggan. Desain merupakan penampilan produk yang khas dan menarik (Jasella Handayani, 2019: 93)

desain produk merupakan salah satu aspek dimana desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen (Suari, 2019:27)

#### 2.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Desain

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi suatu Tujuan desain (Andry Masri, 2021:3) adalah :

- Menghindari kegagalan
- Menentukan Standar
- Menentukan harga produk
- Kelayakan Produk
- Ekonomis dalam pembuatan produk

#### 2.1.2 Indikator Disiplin

Indikator Disiplin (Deatami, 2019:1379) adalah

- Warna Produk

2. Striping Produk
3. Bentuk Produk
4. Mutu Kesesuaian

- a. Citra Perusahaan
- b. Citra Produk
- c. Citra Pemakai
- d. Citra Market

## 2.2 Kualitas Produk

Kualitas dari sudut pandang konsumen memiliki ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dari sudut pandang produsen ketika suatu produk dirilis yang biasa disebut dengan true quality (Oktavenia, 2019:1379)

Kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen dari produk atau layanan yang diukur terhadap persyaratan ini.. (Roselina, 2019:1379).

2.2.1 Faktor Kualitas produk Yang Mempengaruhi Kualitas Produk Menurut (Ofela, 2016:4) adalah :

- a) Keandalan
- b) Kesesuaian dengan spesifikasi
- c) Daya tahan
- d) lama produk.

## 2.2.2 Indikator Kualitas Produk

Indikator Kualitas Produk (Agustina, 2019:43) adalah :

1. Durability
2. Reliability
3. Aesthetics
4. Perceived Quality

## 2.3. Citra Merek

Branding adalah persepsi konsumen yang tercermin dalam ingatan mereka terhadap merek sebagai asosiasi merek. (Siska Farenzia, 2019:1)

Branding adalah sikap dan perilaku konsumen terhadap suatu merek, yang sangat ditentukan oleh citra merek. (Muhammad Kurniawan, 2019:89)

2.3.1 Dimensi Merek Menurut (Muhammad Kurniawan, 2019:90) adalah :

- a. Profesionalisme
- b. Moderen
- c. segmen masyarakat
- d. Concern

## 2.3.2 Indikator Merek

Indikator Merek Menurut (Mamik Zulviani, 2019:2) adalah :

## 2.4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen berdasarkan impuls mereka untuk memenuhi kebutuhan (Santoso, 2019:1)

Keputusan pembelian atas merek yang mereka sukai memenuhi kebutuhan (Raymon, 2019:4)

### 2.4.1. Faktor Keputusan Pembelian

Terdapat 5 faktor keputusan pembelian menurut (Raymon, 2019:4) adalah :

1. Awal masalah
2. Informasi
3. Evaluasi
4. Keputusan Pembelian
5. Pasca Pembelian

### 2.4.2 Indikator keputusan pembelian

Menurut (Raymon, 2019:4) Indikator Keputusan pembelian yaitu :

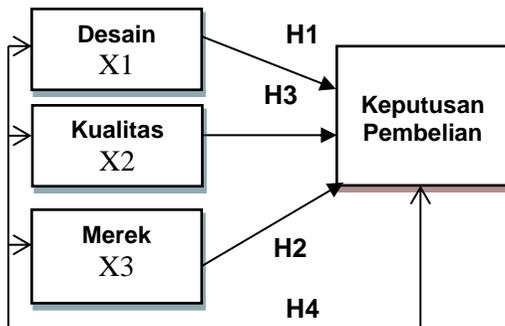
- a. Indentifikasi kebutuhan
- b. Menggali informasi
- c. Melakukan pembelian
- d. Perilaku setelah pembelian

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya dijadikan pedoman penelitian, diantaranya adalah Disiplin kerja dan Motivasi terhadap kinerja karyawan :

1. (Irda, 2019) pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian
2. (Oktavenia, 2019) *EFFECT OF PRODUCT QUALITY ON DECISION PURCHASE OF NOKIA BRAND IMAGE HANDPHONE AS A PREDIATE*
3. (Roselina, 2019) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen

## 2.6 Kerangka Pemikiran



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran  
(Sumber : Peneliti,2021)

## 2.7 Hipotesis

Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah.

- H<sub>1</sub> :Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam
- H<sub>2</sub> :Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam
- H<sub>3</sub> :Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam
- H<sub>4</sub> :Desain, Kualitas Produk dan Merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Produk Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam

## METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data adalah metode penelitian yang digunakan dengan kuesioner menggunakan skala penilaian. Berdasarkan tujuan penelitian ini, penelitian ini diklasifikasikan sebagai deskriptif kuantitatif yang mengejar tujuan pemecahan masalah, yang dibuktikan dengan tidak adanya pengaruh langsung terhadap konsep teoritis. Tujuan masalah dari penelitian ini adalah untuk memecahkan masalah yang muncul dan menarik kesimpulan tentang hipotesis yang telah dibuat, yang tergolong penelitian statistik inferensial

Perusahaan PT Rodamas Makmur Motor Kota Batam yang berjumlah 107 responden , didapat dari total jumlah konsumen PT Rodamas Makmur Motor Kota Batam. dalam penelitian ini adalah teknik jenuh dimana seluruh responden dijadikan sebagai sampel. (Sanusi, 2017:13).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Profil Responden

Penelitian ini terdiri dari 107 responden, dengan sebagian besar responden yang disurvei dan ditemukan berdasarkan kategori jenis kelamin sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu 89,7% dan sisanya perempuan dengan tingkat persentase 10,3%.Berdasarkan masa usia dimana pada usia 20 – 25 tahun sebesar 14% dan 26 – 30 68% Dan 31 – 35 Tahun 16,8% Dan 36 – 40 Tahun 0,9%. Berdasarkan Pendidikan paling banyak Pada masa pendidikan SMA dimana persentase pendidikan SMA sebesar 83,2% Dan. Berdasarkan penggunaan produk paling lama kurang dari 2 tahun sebesar 40,2%.

## 4.2 Hasil Uji Validitas

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Variabel Desain

| <b>Pernyataan</b> | <b>r-hitung</b> | <b>r-tabel</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| X1.1              | 0,890           | 0,190          | Valid             |
| X1.2              | 0,814           | 0,190          | Valid             |
| X1.3              | 0,732           | 0,190          | Valid             |
| X1.4              | 0,819           | 0,190          | Valid             |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

| <b>Pernyataan</b> | <b>r-hitung</b> | <b>r-tabel</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| X2.1              | 0,758           | 0,190          | Valid             |
| X2.2              | 0,781           | 0,190          | Valid             |
| X2.3              | 0,713           | 0,190          | Valid             |
| X2.4              | 0,817           | 0,190          | Valid             |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Variabel Merek

| <b>Pernyataan</b> | <b>r-hitung</b> | <b>r-tabel</b> | <b>Keterangan</b> |
|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| X3.1              | 0,823           | 0,190          | Valid             |
| X3.2              | 0,800           | 0,190          | Valid             |
| X3.3              | 0,892           | 0,190          | Valid             |
| X3.4              | 0,782           | 0,190          | Valid             |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

**Tabel 5.** Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

| Pernyataan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| Y1         | 0,747    | 0,190   | Valid      |
| Y2         | 0,883    | 0,190   | Valid      |
| Y3         | 0,758    | 0,190   | Valid      |
| Y4         | 0,905    | 0,190   | Valid      |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Dari Tabel 1 sampai 4 dapat disimpulkan bahwa setiap tabel sudah dinyatakan valid dikarenakan bahwa. Pernyataan *variable* desain,kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai r-hitung lebih besar dari r tabel (0,190). Yang diartikan bahwa instrument Data yang digunakan valid dalam artian alat ukur digunakan untuk menginterpretasikan variabel

desain,kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian relatif terhadap kejadian atau berdasarkan fakta subjek penelitian. Oleh karena itu, dapat digunakan untuk menahan pengujian lebih lanjut

#### 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel            | Cronbach's Alpha | N- Of Items | Keterangan |
|---------------------|------------------|-------------|------------|
| Desain              | 0,768            | 5           | Reliabel   |
| Kualitas Produk     | 0,812            | 5           | Reliabel   |
| Merek               | 0.843            | 5           | Reliabe    |
| Keputusan Pembelian | 0,737            | 5           | Reliabel   |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Berdasarkan Tabel 5 sudah menunjukkan dapat yang didapatkan sudah reliable. Dilihat dari hasil tersebut menunjukkan bahwa masing variabel desain,kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian mempunyai cronbach's alpha > 0,50 artinya, instrument yang dimanfaatkan

dalam penelitian ini adalah reliable dalam artian, instrument tiap-tiap variabel dapat diandalkan dan menjadi instrument lanjutan bagi penguji seterusnya

#### 4.4 Hasil Uji Normalitas

**Tabel 6.** Hasil Uji Normalitas

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 107                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0                       |
|                                  | Std. Deviation | 1.41415892              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .062                    |
|                                  | Positive       | .062                    |
|                                  | Negative       | -.062                   |
| Test Statistic                   |                | .062                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>d</sup>       |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Berdasarkan tabel 6 sudah dikatakan berdistribusi normal dari uji tes Kolmogorov-smirnov yang termasuk dalam tabel di atas dapat menemukan nilai Asymp.Sig (2-tailed)  $.200 > 0,05$ . Berdasarkan hasil tes ini, dapat dilihat bahwa data terdistribusi secara normal dikarenakan dari angka sig lebih besar dari 0,05 dan sudah dapat dipastikan

kalau dari histogram masi belum bisa dikatakan tidak norma tetapi pada pengujian uji kolmogorov-smirnov sudah diketahui dan angka tersebut itu mutlak. Yang dimaksud normalitas adalah data terdistribusi secara merata sehingga dapat digunakan sebagai representasi dari populasi yang menjadi subjek penelitian.

#### 4.5 Hasil Uji Multikonearitas

**Tabel 7.** Hasil Uji Multikonearitas

| Collinearity Statistics |                 |           |       |
|-------------------------|-----------------|-----------|-------|
|                         |                 | Tolerance | VIF   |
| 1                       | Desain          | .264      | 3.793 |
|                         | Kualitas Produk | .145      | 6.894 |
|                         | Desain          | .264      | 3.793 |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Berdasarkan tabel 7 Terlihat dari penjabaran sebelumnya ditemukan bahwa nilai VIF variabel desain,kualitas produk dan merek  $< 10$  dan. Ditemukan juga nilai tolerance variabel desain,

kualitas produk dan merek  $< 0,1$ . Berdasarkan penjelasan tersebut ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas

#### 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 8** Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |      | Sig.  |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      | t    |       |
| 1 (Constant)    | 4.814E-16                   | .724       |                           | .000 | 1.000 |
| Desain          | .000                        | .077       | .000                      | .000 | 1.000 |
| Kualitas Produk | .000                        | .113       | .000                      | .000 | 1.000 |
| Merek           | .000                        | .125       | .000                      | .000 | 1.000 |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Berdasarkan tabel 8 sudah tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas. Dilihat dari hasil uji yang menunjukkan nilai signifikansi variabel desain, kualitas produk dan merek > 0,05. Maka dari itu ditarik suatu kesimpulan dimana tidak

terjadi heteroskedastisitas. Dalam arti tidak terjadinya ketidaksamaan dalam varian dalam model regresi dan dapat dijadikan estimasi dalam tahap uji selanjutnya

#### 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 9** Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      | T     |      |
| 1 (Constant)    | 1.017                       | .724       |                           | 1.405 | .163 |
| 1 Desain        | .313                        | .077       | .316                      | 4.096 | .000 |
| Kualitas Produk | .104                        | .113       | .096                      | .919  | .360 |
| (Constant)      | 1.017                       | .724       |                           | 1.405 | .163 |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Berdasarkan tabel 9 hasil dari penelitian ini dapat dibuat persamaan regresi linear berganda, yaitu  $y = 6,934 + 0,217x_1 + 0,486x_2$ :

1. Konstanta memiliki nilai 1.017. Hal dapat dilihat bahwa desain (X1), Kualitas Produk (X2) dan Merek (X3) tidak ada atau nilainya 0 bahwa nilai Keputusan Pembelian 1.017 (Y).

2. Variabel desain (X1) memiliki nilai koefisien regresi 0,313 setiap terjadinya kenaikan 1 point atau 1% variabel desain dapat meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,313 dan nilai variabel lain tidak berubah. Dengan ini terdapat hubungan positif antara Desain (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y).

3. Variabel Kualitas Produk (X2) mempunyai nilai terhadap koefisiensi regresi sebesar 0,104, maka setiap terjadinya kenaikan 1 poin atau 1% variabel Kualitas produk akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,104 dan nilai variabel lain tidak berubah. Dengan ini terdapat hubungan positif antara Kualitas Produk (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y).
4. Variabel Merek (X3) memiliki nilai koefisiensi regresi sebesar 0,526, maka setiap terjadinya kenaikan 1

poin atau 1% variabel Merek akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,526 dan nilai variabel lain tidak berubah. Dengan ini terdapat hubungan positif antara Merek (X3) dengan Keputusan Pembelian (Y).

#### 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 10.** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .916 <sup>a</sup> | .838     | .833              | 1.435                      |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2020)

Berdasarkan tabel 9 hasil penelitian ini ditemukan bahwa adjusted R square sebesar 0,833. Dapat dikatakan bahwa variabel desain, Kualitas Produk dan Merek memiliki korelasi terhadap

Keputusan Pembelian dengan persentase sebesar 83,3% dilain sisi sebesar 16,7% adalah variabel lainnya yang tidak diambil dan dilakukan pengujianya oleh peneliti..

#### 4.9 Hasil Uji T

**Tabel 10** Hasil Uji T

| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant)       | 1.017                       | .724       |                           | 1.405 | .163 |
|       | Desain           | .313                        | .077       | .316                      | 4.096 | .000 |
|       | Kualitasi Produk | .104                        | .113       | .096                      | .919  | .360 |
|       | Merek            | .526                        | .125       | .542                      | 4.212 | .000 |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Berdasarkan tabel 10 hasil penelitian ini uji Pengaruh Variabel bebas terhadap dengan variabel terikat secara parsial :

- a. Variabel desain memiliki t hitung 4,096 > 1,983 dan nilai signifikansi 0,00 < 0,050. Dari hasil tersebut diperoleh keputusannya H0 ditolak dan

H1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel desain berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

- b. Variabel Kualitas Produk memiliki t hitung 0,919 < 1,983

dan nilai signifikansi  $0,360 > 0,050$ . Dari hasil tersebut diperoleh keputusannya  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

- c. Variabel Merek memiliki  $t$  hitung  $4,212 > 1,983$  dan nilai

signifikansi  $0,00 < 0,050$ . Dari hasil tersebut diperoleh keputusannya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### 4.10 Hasil Uji F

**Tabel 11.** Hasil Uji F

|   | <b>Model</b> | <b>Sum of Squares</b> | <b>df</b> | <b>Mean Square</b> | <b>F</b> | <b>Sig.</b>       |
|---|--------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------------|
| 1 | Regression   | 1097.736              | 3         | 365.912            | 177.792  | .000 <sup>b</sup> |
|   | Residual     | 211.984               | 103       | 2.058              |          |                   |
|   | Total        | 1309.720              | 106       |                    |          |                   |

(Sumber : Pengolahan Data SPSS 25,2021)

Berdasarkan tabel 11 hasil penelitian hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung  $117,792 > 3,080$  F tabel dan signifikansi  $0,000 < 0,050$ , maka keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Dengan ini

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah :

1. Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Rodamas Motor Di Kota Batam
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Rodamas Motor Di Kota Batam
3. Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Rodamas Motor Di Kota Batam
4. Desain, Kualitas Produk dan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Rodamas Motor Di Kota Batam

disimpulkan bahwa variabel desain (X1), kualitas produk (X2) dan merek (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Andry Masri. (2021). *Desain adalah bidang kreasi yang menawarkan solusi dalam bentuk visual, sebagai tanda setiap unsur visual akan disusun berdasarkan strategi tertentu agar diperoleh susunan atau komposisi visual yang dapat menjadi sebuah stimulus bagi proses penafsiran* (Ma. 4(1), 1–8.

Deatami, N. M. (2019). *Analisis Pengaruh Iklan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening*. 8(4).

Handayani, J. (2020). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen*. 10(1).

### DAFTAR PUSTAKA

- Joni Putra Apriando, Harry Soesanto, F. I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 16, 2.
- Kaila, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 6–16. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v1i1.80>
- Mariana. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomii*, 3(2), 388–402.
- Ni Wayan Wina Premayani, G. A. D. M. Y. (2019). *PENGARUH KEWAJARAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WINA RUMAH KEBAYA*. 1–2.
- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Edisi Keli). Kencana.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Edisi Ketu). Kencana.
- Ofela, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN: 2461-0593*, 5(1), 1–15.
- Oktavenia, K. A. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek*. 8, 1374–1400.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Cetakan Ketujuh*. Salemba Empat.
- Suari, M. T. Y. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 5.