

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Made Tiya Yogi Suari<sup>1</sup>, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi<sup>2</sup>, Ni Nyoman  
Yulianthini<sup>3</sup>,

<sup>123</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja,  
e-mail: yogitiya@yahoo.com, gemilangsuryawan@gmail.com, yulianthininyoman@yahoo.com

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk memperoleh temuan eksplanatif yang teruji tentang pengaruh (1) kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (3) desain produk terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kuantitatif kausal. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi berganda dengan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan dari (1) kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 80,3%, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 21,9%, dan (3) desain produk terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 8,9% pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen.

**Kata kunci:** kualitas, desain, keputusan pembelian

### Abstract

*This purpose of research to obtaining findings explanative that tasted of effects(1) the product quality and product design to purchase decisions, (2) the product quality to purchase decision, (3) the product design to purchase decision. Design of the researchthat used to design causal quantitative. The methods of data to collect withquestionnaires, and then of analyzed to using multiple regression by the test assumptionclassical. The result of research to show there is a significant effect to (1) the product quality andproduct design to purchase decisions by the effect contribution of 80,3%, (2)the product quality to purchase decisionby the effect contribution of 21,9%, (3) the productdesignto purchase decisionby the effect contribution of 8,9% on the college students to Department of Management.*

**Keywords:** quality, design, purchase decision

### 1. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan dan persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat. Produsen-produsen harus berinovasi dan lebih kreatif lagi sehingga mampu menarik minat calon konsumen untuk melakukan pembelian. Manusia memerlukan alat transportasi yang efisien dan efektif untuk kelancaran aktivitasnya. Dibandingkan semua alat transportasi yang ada, sepeda motor menjadi pilihan masyarakat saat ini. Hal ini merupakan peluang yang besar bagi pebisnis otomotif untuk merebut pangsa pasar dan terus mengembangkan produknya. Selera masyarakat yang beragam membuat mereka memilih jenis sepeda motor berdasarkan kualitas dan desain.

Persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaingnya. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) (Handoko, 2000:49). Produk yang memiliki kualitas paling baik akan mampu tumbuh dengan pesat dan akan mampu merebut pangsa pasar.

Selain kualitas produk hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah desain produk itu sendiri. Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Stanton (2005:104) desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Desain

yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakan kesan yang baik pada suatu produk. Seiring dengan berkembangnya jaman yang semakin modern, desain produk menjadi pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk mampu membuat desain yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen. PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Tipe sepeda motor yang pertama kali di produksi Honda adalah tipe bisnis, S 90 Z bermesin 4 tak dengan kapasitas 90cc. Jumlah produksi pada tahun pertama selama satu tahun hanya 1500 unit, namun melonjak menjadi sekitar 30 ribu pada tahun berikutnya dan terus berkembang hingga saat ini. Sepeda motor terus berkembang dan menjadi salah satu moda transportasi andalan di Indonesia. Tak hanya sebagai pelopor utama, Honda telah mendapatkan beberapa penghargaan yaitu *Word Of Mouth Marketing* 2015, Indonesia *WOW Brand* 2015, *Corporate Image Award* 2015, dan *Top Brand* 2016.

Berdasarkan observasi awal menemukan hasil kualitas produk Sepeda Motor Honda ini tinggi diukur melalui 4 aspek yaitu keiritan bahan bakar, produk tidak mudah rusak dan memiliki umur ekonomis yang lama, daya tahan mesin yang tangguh, dan penampilan produk yang menarik. Observasi awal menemukan hasil desain produk Sepeda Motor Honda ini tinggi diukur melalui 3 aspek yaitu warna produk, *striping* produk, dan bentuk produk. Sedangkan observasi awal menemukan hasil keputusan pembelian Sepeda Motor Honda ini tinggi diukur melalui 4 aspek yaitu yakin dalam membeli, mencari informasi lebih lanjut, merencanakan pembelian, sesuai keinginan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut. 1) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen? 2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen? 3) Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen?

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut. 1) untuk menguji pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen, 2) untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen, 3) untuk menguji pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif kausal. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi di Undiksha, kemudian objek penelitiannya adalah kualitas produk, desain produk, dan keputusan pembelian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan adalah metode kuesioner. Adapun instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif; uji asumsi klasik meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas; uji regresi berganda; dan uji hipotesis.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### Hasil

Hasil uji validitas nampak pada Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	1	0,654	Valid
	2	0,823	Valid
	3	0,724	Valid
	4	0,526	Valid
Desain Produk ( $X_2$ )	1	0,675	Valid
	2	0,658	Valid
	3	0,646	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,690	Valid
	2	0,639	Valid
	3	0,683	Valid
	4	0,659	Valid

Sugiyono (2010:126), suatu instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasi antar butir lebih besar dari 0,3 dengan tingkat kesalahan  $\alpha$  0,05. Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan seluruh pernyataan instrumen dinyatakan valid karena koefisien korelasi diatas 0,3.

Uji Reliabilitas instrumen penelitian digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran dalam penelitian diulang (Sulistyo, 2010:46). Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_r$ ) > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas yang nampak pada Tabel berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	1	0,803	Reliabel
	2		
	3		
	4		
Desain Produk ( $X_2$ )	1	0,813	Reliabel
	2		
	3		
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,800	Reliabel
	2		
	3		
	4		

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2, didapat nilai korelasi *Cronbach Alpha* pada variabel kualitas produk (0,803), desain produk (0,813), dan keputusan pembelian (0,800). Hal tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

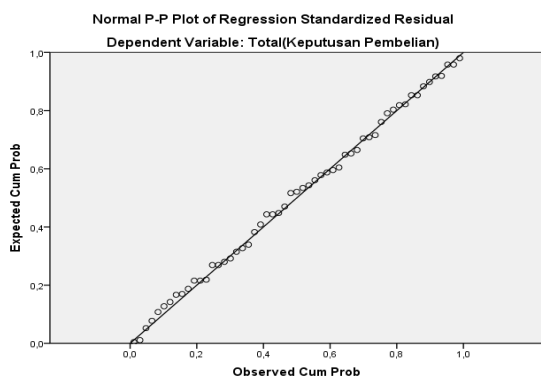
Adapun hasil uji asumsi klasik yaitu sebagai berikut.

#### 1. Uji Normalitas

Santoso (2000) ketentuannya adalah sebagai berikut.

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji menggunakan grafik histogram *p-plot*, dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Hasil Pengujian Normalitas

Menggunakan Grafik *P-Plot*

Berdasarkan hasil pengujian diatas, grafik histogram *p-plot* menunjukkan bahwa titik-titik yang ada berada disekitar atau tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti model regresi tersebut berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi Untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai toleransi  $>0,10$  (Sugiono, 2010:126). Hasil dari uji multikolinieritas yang nampak pada Tabel 3.

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolera- <i>n</i> ce	VIF	
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,979	1,022	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Desain Produk ( $X_2$ )	0,979	1,022	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolera- <i>n</i> ce	VIF	
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,979	1,022	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Desain Produk ( $X_2$ )	0,979	1,022	Tidak Terjadi Multikolinieritas

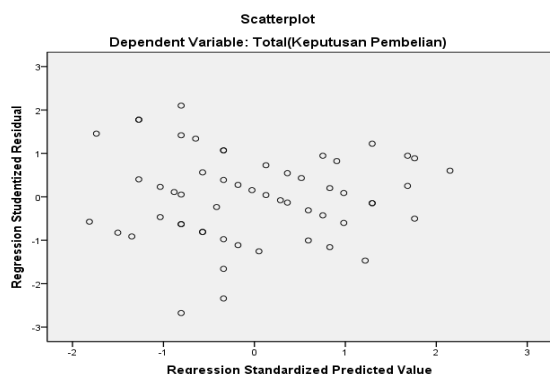
Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1, hal ini berarti model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik *scatter plot* pada *output* SPSS. Menurut Ghozali (2006) adapun dasar atau kriteria pengambilan keputusan berkaitan dengan grafik tersebut adalah:

- Jika terdapat pola tertentu, yaitu jika titik-titiknya membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.
- Jika tidak terdapat pola yang jelas, yaitu jika titik-titiknya menyebar, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Hasil uji menggunakan *scatterplot* dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada menyebar secara acak diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan penelitian.

Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis yang digunakan dalam menganalisa hubungan dan pengaruh satu variabel dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas (Ghozali, 2011:166).

Hasil dari analisis regresi berganda pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda dengan bantuan *Program Statistical Package for Social Science (SPSS) 22*, maka diperoleh hasil penelitian seperti yang tampak pada Tabel 4 berikut ini.

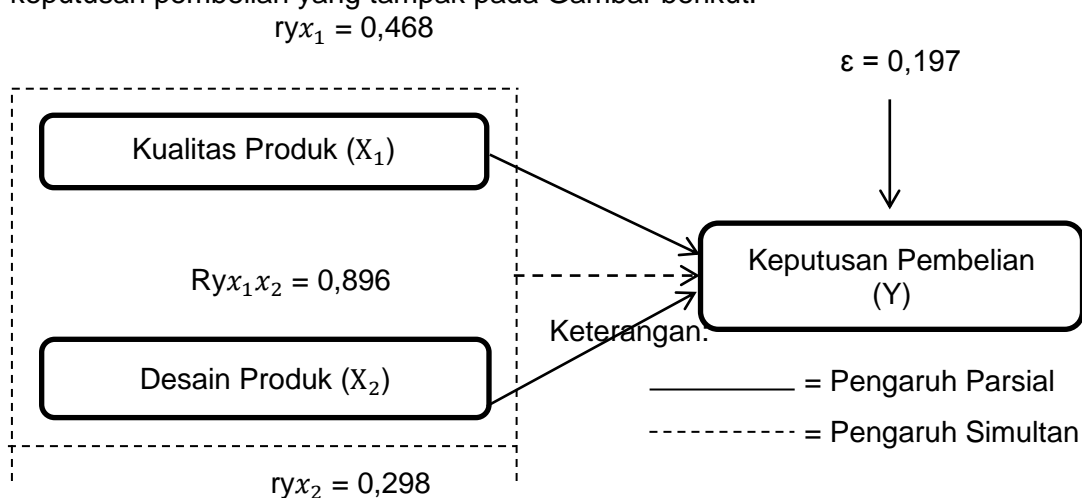
Tabel 4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Parameter	Nilai	<i>p-value</i>	Alpha	Keputusan	Kesimpulan
$R_{yx_1x_2}$	0,896	0,000	0,05	Menolak $H_0$	Ada hubungan simultan dari kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di Jurusan Manajemen
$R^2_{yx_1x_2}$	0,803	-	-	-	Menunjukkan besarnya pengaruh simultan dari kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di Jurusan Manajemen
$r_{yx_1}$	0,468	0,000	0,05	Menolak $H_0$	Ada korelasi parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di Jurusan Manajemen
$r^2_{yx_1}$	0,219	-	-	-	Menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh secara parsial dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di Jurusan Manajemen
$r_{yx_2}$	0,298	0,000	0,05	Menolak $H_0$	Ada korelasi parsial dari desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di Jurusan Manajemen
$r^2_{yx_2}$	0,089	-	-	-	Menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh secara parsial dari desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda di Jurusan Manajemen
E	0,104	-	-	-	
$\epsilon^2$	0,197	-	-	-	
$b_0$	13,222	-	-	-	
$b_1$	0,509	0,000	0,05	Signifikan	Bisa memprediksi
$b_2$	0,425	0,000	0,05	Signifikan	Bisa memprediksi

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik pada Tabel 4 menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda. Hubungan simultan antara kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 89,6%, dan besar sumbangan pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian adalah 80,3%. Hubungan parsial dari variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 46,8%, dan besar sumbangan pengaruh parsial dari variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 21,9%. Hubungan parsial dari variabel desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 29,8%, dan besar sumbangan pengaruh parsial dari variabel desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 8,9%. Sedangkan besar hubungan variabel lain sebesar 19,7%.

Adapun struktur hubungan pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian yang tampak pada Gambar berikut.



Gambar 3 Struktur Hubungan Pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$

### Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 89,6% keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen dipengaruhi oleh kualitas produk dan desain produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Tjiptono, (1997:103), kualitas produk dan desain produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Saidani (2013) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari Kotler dan Armstrong (2008:348) bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari Kotler dan Armstrong, 2001, semakin baik desain produknya maka semakin besar minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Sandro (2015) menyatakan bahwa semakin baik desain maka keputusan pembelian semakin meningkat.

#### 4. Simpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. 1) Kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen. Persentase sumbangan pengaruh simultan antara variabel kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 80,3%, sedangkan sisanya sebesar 19,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. 2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen. Persentase sumbangan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 21,9%, sedangkan sisanya 78,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. 3) Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda pada kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen. Persentase sumbangan pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sebesar 8,9%, sedangkan sisanya sebesar 91,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan simpulan diatas, maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut. 1) Untuk industri kendaraan bermotor khususnya Sepeda Motor Honda diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian dengan berfokus pada kualitas produk dengan melakukan diferensiasi produk (ciri khas yang tidak dimiliki oleh pesaing) dan desain produk dengan melakukan inovasi. 2) Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan jumlah sampelnya lebih diperbanyak agar keragaman data yang mewakili populasi lebih baik dan khususnya bagi yang akan meneliti tentang keputusan pembelian agar menambah variabel yang akan diteliti.

#### Daftar Pustaka

- Anggar, Krisnasakti. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Semarang). *Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. Semarang
- Angipora, Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2004a. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- \_\_\_\_\_. 2004b. *Manajemen Pemasaran, Edisi I. Cetakan ke-7*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- , 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 Edisi ke Lima*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen, Edisi 3*. Yogyakarta: Liberty Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol 3 no 2
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi Keduabelas Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Index
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1994. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Keenam, Jilid 1*. Jakarta: Intermedia
- , 1996. *Principles of Marketing, Prentice Hall Inc., 7th Edition*. New Jersey: Englewood Cliffs
- , 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi ke-8*. Jakarta: Erlangga
- , 2008a. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

- \_\_\_\_\_. 2008b. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2, Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- . 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Saidani, Basrah. 2013, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4 No. 2
- Sandro, Dermawan. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mpv Merek Toyota Innova Di Semarang*. Skripsi Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Semarang
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS, Statistik Non-Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Soewito, Yudhi. 2013, "Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio". *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No.3
- Stanton, William J. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sulistyo, Joko. 2010. *6 Hari Jago SPSS 17*. Yogyakarta: Cakrawala
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Swastha, Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- . 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wardaya, Yuda. 2015. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Chargecity Clothing Kota Kediri. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*
- Yusup, Muhammad. 2011. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang). *Skripsi Universitas Diponegoro*. Semarang
- Zamroni. 2010. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merek Polytron Di Kabupaten Kudus. *Skripsi Universitas Negeri Semarang*. Semarang