

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA MEREK PCX

Putu Vivin Tannia<sup>1</sup>, Ni Nyoman Yulianthini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
e-mail: taniavivin8@gmail.com<sup>1</sup>, ninymyulianthini@gmail.com<sup>2</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (3) desain produk terhadap keputusan pembelian dan (4) harga terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian ini yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif kasual. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt dan objek adalah kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pencatatan dokumen, yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk, desain produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) desain produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (4) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: desain produk, harga, keputusan pembelian, kualitas produk

## Abstract

*This study aims to examine the effect of (1) product quality, product design and price on purchasing decisions, (2) product quality price on purchasing decisions, (3) product design on purchasing decisions and (4) price on purchasing decisions. The research design used is a causal quantitative. The subjects of this study were consumers who bought Honda PCX motorcycles at Pos Mertha Buana Motor and its objects are product quality, product design, price and purchasing decisions. Sampling by using purposive sampling method as many as 100 respondents. Methods of data collection using questionnaires and document recording, which were analyzed using multiple linear regression. The results showed that (1) product quality, product design and price had a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) product quality, has a positive and significant effect on on purchasing decisions and (3) product design has a positive and significant effect on on purchasing decisions and (4) price has a positive and significant effect on on purchasing decisions*

Keywords: *price, product design, product quality, purchasing decisions*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan pada bidang otomotif di Indonesia pada masa ini mengalami peningkatan besar. Perusahaan industri otomotif di Indonesia menawarkan berbagai varian produk seperti alat transportasi yaitu sepeda motor. Transportasi yang cukup banyak kita lihat salah satunya sepeda motor merupakan alat yang cukup penting yang digunakan banyak orang. Selain itu sepeda motor juga dapat membantu masyarakat untuk melakukan aktifitas dan dapat pula menghemat perjalanan untuk sampai tujuan. Selain menghemat perjalanan sepeda motor juga dapat menghindari macet dan dapat meminimalisir pengeluaran bahan bakar minyak (BBM).

Saat ini permintaan konsumen terhadap sepeda motor semakin hari semakin mengalami peningkatan, dengan minatnya masyarakat dapat menyebabkan timbulnya persaingan ketat antar perusahaan. Perihal itu pihak pengusaha didompleng untuk dapat dengan cerdas mengatasi dalam hal penjualan suatu produknya. Setiap perusahaan berlomba untuk dapat menciptakan produk yang baru dan dapat menarik perhatian konsumen, salah perusahaan yang ikut bersaing saat ini adalah sepeda motor Honda.

Honda senantiasa memperjual belikan motor yang memiliki kualitas yang tidak dapat ditandingi dan memiliki *value* maksimal apabila dikaitkan dengan barang-barang yang dihasilkan para kompetitor. Honda menawarkan banyaknya jenis dan desain sepeda motor keberbagai konsumen dari berbagai kalangan sesuai dengan kebutuhan yang dimilikinya. Sehingga konsumen dapat memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian.

Demi memenangkan pesaing, Honda membuka *dealer* di setiap daerah untuk memudahkan pembeli untuk memperoleh produk yang dijual oleh Honda. Salah satu *dealer* yang ada di Bali tepatnya di Seririt adalah Pos Mertha Buana Motor Seririt, yang beralamat di jalan Sudirman Seririt. Pos Mertha Buana Motor Seririt adalah *dealer* resmi menjual produk-produk Honda. Pos Mertha Buana Motor Seririt menjual berbagai merek sepeda motor Honda seperti Pcx, Scoopy, Vario dan Beat. Berikut penjualan sepeda motor pada Pos Mertha Buana Motor Seririt dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penjualan Sepeda Motor Honda di Pos Mertha Buana Seririt  
Bulan Maret- Agustus 2019

Merek Sepeda Motor	Bulan					
	Mar.	Apr.	Mei	Jun.	Jul.	Agus.
Pcx	29	35	43	48	59	66
Scoopy	12	7	13	25	17	22
Vario	8	5	9	4	16	8
Beat	9	16	13	8	11	7

Sumber : Pos Mertha Buana Motor Seririt

Tabel 1. menunjukkan peningkatan penjualan pada sepeda motor merek PCX pada bulan Maret sampai dengan Agustus tahun 2019. Sepeda motor merek PCX merupakan produk terbaru dari Honda. Peningkatan pada penjualan sepeda motor PCX dikarenakan beberapa hal.

Menurut Kotler (2009) menyatakan bahwa kualitas produk, desain produk dan harga, merupakan faktor utama dalam memutuskan pembelian, konsumen biasanya akan lebih mendambakan atau akan lebih membeli barang yang mempunyai sebuah *value*, *quantity* dan *pricei* yang pas dihatinya. Sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Afandi (2017) bahwa secara bersama-sama harga, desain dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Faktor Kualitas produk merupakan faktor yang mempunyai dampak langsung dan sangat berdampak terhadap keputusan pelanggan saat melakukan aktivitas pembelian.

Dalam membeli sebuah barang pelanggan akan dengan teliti mencari informasi-nformasi terkait kualitas barang yang nantinya akan pelanggan beli. Kualitas produk merupakan profesionalitas sebuah ciri khas barang yang memiliki keterkaitan pada kemampuan untuk memenuhi kepuasan akan kebutuhan (Kotler, 2009:43). Kualitas yang bagus sangat dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sejalan dengan teori yang di ungkapkan Zeitham et la (2016) Kualitas produk yang bagus akan menarik perhatian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riska dan Agung (2019). Hasil penelitian sebelumnya berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini (2015). Selain kualitas produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, desain produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kotler (2009: 332) desain produk merupakan keseluruhan keistimewaan yang dapat dengan jelas memiliki pengaruh terhadap tampilan dan juga manfaat sebuah produk bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Virgo (2017). Dalam melakukan pembelian yang paling utama yaitu harga, karena harga merupakan faktor

penting dalam melakukan pembelian. Kotler & Amstrong (2008:345) mengatakan bahwa harga adalah total uang yang diminta terkait suatu hasil barang atau dari hasil yang diberikan oleh pembeli guna mendapatkan segala manfaat dari produk atau jasa. Hal ini sejalan dengan penelitian menurut Nur Faedah (2016) akan tetapi, hasil penelitian sebelumnya berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irfan (2018) yang menemukan tidak adanya pengaruh. Melihat faktor yang berpengaruh, berdasarkan informasi, layak untuk dilakukan pengkajian ulang. Pengkajian ulang pada penelitian ini difokuskan pada variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$ .

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah; (1) Apakah ada pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt?, (2) Apakah ada pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt? (3) Apakah ada pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt? dan (4) Apakah ada pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt?

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini merupakan (1) menguji pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt, (2)  $X_1$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt, (3)  $X_2$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt dan (4)  $X_3$  terhadap  $Y$  pada sepeda motor merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut: (1) manfaat teoretis, peneliti mengharapkan agar dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan variabel penelitian, (2) manfaat praktis, peneliti mengharapkan agar nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan.

## 2. Metode

Kuantitatif kausal merupakan rancangan yang dipergunakan dalam peneltian ini. Konsumen yang melakukan transaksi pemembeli sepeda motor merek PCX pada Pos Merta Buana Motor Seririt adalah subjek dalam penelitian ini. Sedangkan kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian merupakan objek dalam penelitian ini.

Adapun empat variabel yang diteliti dalam penelitian ini, kualitas produk, desain produk dan harga dan keputusan pembelian. Penelitian ini termasuk dalam penelitian Sampel. Sampel yang dijadikan pengamatan adalah (1) konsumen yang menggunakan atau membeli sepeda motor Honda Merek PCX, (2) dari berbagai macam masyarakat yang menjadi pelanggan, konsumen yang berusia 18- 40 tahun yang dipilih sebagai responden. Pemilihan berdasarkan usia dapat menjawab pernyataan dari peneliti.

Dalam melakukan pengukuran sampel tergantung jumlah indikator Banyaknya sampel dalam penelitian tergantung dari jumlah prameter yang diperkirakan. Tolak ukurnya merupakan 5-10 kali dari total parameter yang telah diperkirakan, total sampel sebanyak 5-10 dikali total indikator (Ferdinand, 2005). Dalam penelitian ini menggunakan 16 indikator. Sehingga minimal sampel yang bisa diambil adalah  $16 \times 5 = 80$  dan maksimal sampel yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah  $16 \times 10 = 160$ . Pada penelitian ini mempergunakan sampel sejumlah 100 responden.

Adapun teknik pengambilan data yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan kuesioner dan pencatatan dokumen yang berupa dokumen yang berhubungan dengan data penjualan pada Pos Mertha Buana Motor Seririt. Penelitian ini mempergunakan metode analisis diantaranya (1) Uji instrumen menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas, (2) Uji asumsi klasik menggunakan uji multikolonieritas, uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, (3) Uji regresi linier berganda dan (4) Uji hipotesis yang meliputi uji signifikan simultan (uji statistik F) dan uji signifikan parameter individual (uji statistik t) dimana penelitian ini mempergunakan pengolahan data dengan bantuan program SPSS 25.0 for windows.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

Menurut Ghozali (2011: 47) Rebilias merupakan sebuah alat yang dipergunakan untuk menilai seberapa valid sebuah kuesioner yang terkait indikator dari variabel. Penelitian ini

responden yang digunakan sebagai sampel kecil adalah 30 responden, adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji reliabilitas

Variabel	Koefisien reliabilitas	Ket.
Keputusan pembelian	0,062	0,60
Kualitas produk	0,655	0,60
Desain produk	0,609	0,60
Harga	0,607	0,60

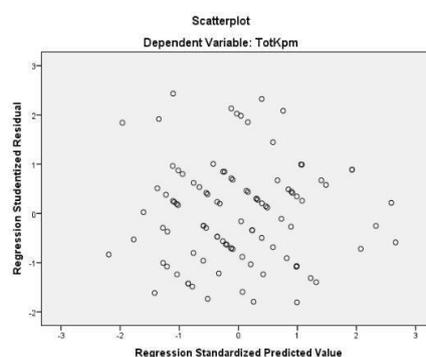
Berdasarkan Tabel 2. dapat dijelaskan bahwa variabel loyalitas pelanggan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan semuanya dinyatakan reliabel karena memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Sedangkan uji validitas Menurut Ghozali (2011: 57) dipergunakan untuk menilai sah tidaknya suatu variabel koesioner. Apabila terdapat korelasi antara skala masing-masing item pernyataan terhadap nilai jumlah signifikan ( $p < 0,05$ ) sehingga pernyataan ini dikatakan “Sah” begitu pula sebaliknya (Ghozali, 2011: 55). Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa seluruh item masing-masing variabel dinyatakan valid karena skor total signifikan *p-value* lebih kecil dari nilai *alpha* 0,05 ( $p < 0,05$ ).

Selanjutnya adalah hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari beberapa uji. Penelitian ini menggunakan pengolahan data dengan bantuan program SPSS 25.0 for windows. Pertama, Hasil uji multikolonieritas menunjukkan adanya multikolonieritas pada model regresi dapat melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Adanya multikolonieritas pada model regresi apabila nilai *Tolerance* < 10% atau sama dengan VIF > 10. Hasil uji multikolonieritas dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

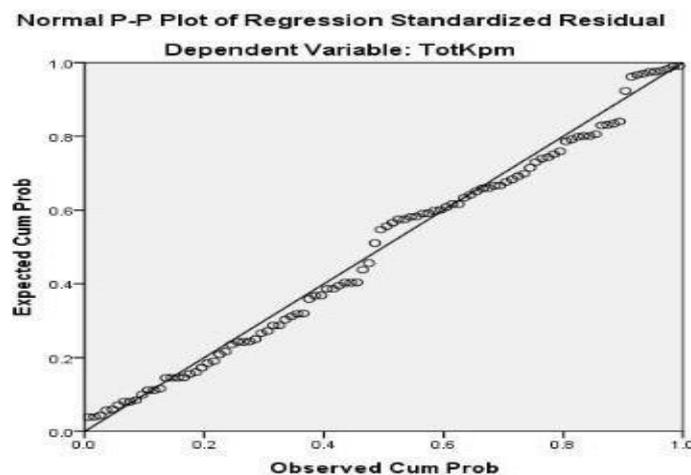
Vaiabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,727	1,376
Desain produk	0,979	1,021
Harga	0,735	1,361

Berdasarkan Tabel 3. dapat dilihat bahwa  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  mempunya jumlah *tolerance* > dari 10% atau 0,1% dan jumlah VIF nya < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa diantara variabel bebas tidak terjadi multikolonieritas atau bebas dari multikolonieritas. Selanjutnya adalah uji hoteroskedastisitas berfungsi untuk menilai apakah pada model regresi adanya ketidaksamaan *variance* dari residual suatu penelitian ke penelitian yang lain. Untuk mencari ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat *scatterplot*. Grafik *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik *scatterplot*

Berdasarkan Gambar 1. dapat dijelaskan bahwa pola yang terbentuk tidak beraturan serta titik-titik pada gambar tidak berada disatu titik yang artinya titik-titik menyebar sehingga dapat dikatakan model regresi penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya adalah uji normalitas dipergunakan pada penelitian ini untuk menilai apakah pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dengan cara melihat normalitas residual dengan normal *probability plot*. Berikut hasil *probability plot* tampak Gambar 2.



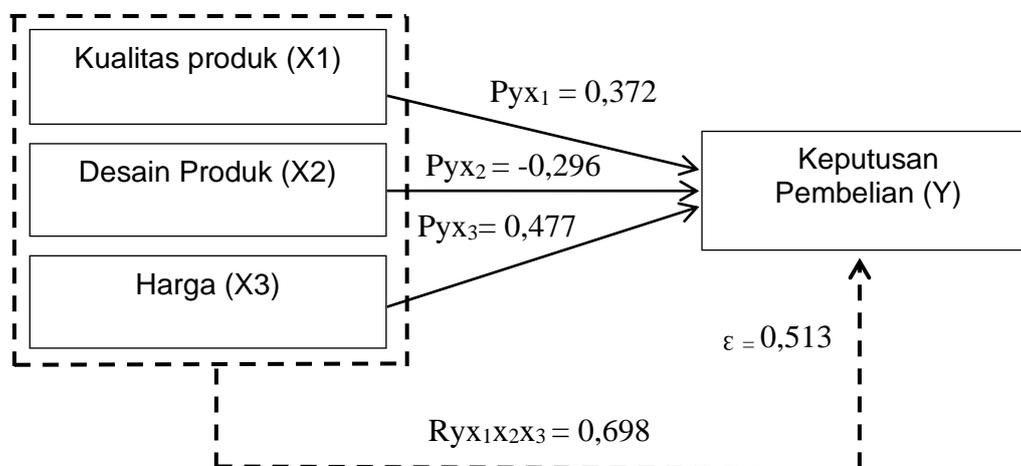
Gambar 2. Normal probabillity plot

Berdasarkan Gambar 2. menunjukkan bahwa data berada pada sekitaran garis sumbu dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik, maka dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Berikut hasil regresi linier berganda tampak pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Prameter	Nilai	<i>P-value</i>	$\alpha$
R	0,698	0,000	0,05
$R^2_{yx1x2x3}$	0,487	0,000	0,05
$\epsilon$	0,514	-	-
$P_{yx1}$	0,372	0,000	0,05
$P_{y^2x1}$	0,138	-	-
$P_{yx2}$	-0,296	0,003	0,05
$P^2_{yx2}$	0,087	0,000	0,05
$P_{yx3}$	0,477	0,000	0,05
$P_{y x3}$	0,227	-	-
$\alpha$	7,220	0,002	0,05
$\beta_1$	0,356	0,000	0,05
$\beta_2$	-0,227	0,003	0,05
$\beta_3$	0,450	0,000	0,05

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4. maka diperoleh struktur pengaruh variabel kepercayaan an kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tampak pada Gambar 3.



Gambar 3. Struktur pengaruh variabel X1, X2 dan X3 terhadap Y.

Berdasarkan pada Tabel 4. Memperlihatkan bahwa secara simultan variable bebas terhadap variabel terikat berpengaruh sebesar 0,698 atau sebesar 69,8% sedangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,514 atau sebesar 51,3%. Pengaruh X1 terhadap Y secara parsial sebesar 0,372 atau sebesar 37,2% , pengaruh X2 terhadap Y sebesar -0,296 atau sebesar -29,6% dan pengaruh X3 terhadap Y secara parsial sebesar 0,477 atau sebesar 47,7%.

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 7,220, nilai koefisien regresi variabel  $\beta_1$  sebesar 0,356 dan nilai koefisien regresi variabel  $\beta_2$  sebesar -0,227 dan nilai koefisien regresi  $\beta_3$  sebesar 0,450. koefisien determinasi ( $R^2$ ) memperlihatkan nilai 0,487 yang artinya hasil ini menunjukkan angka antara 0 hingga 1. Berdasarkan tabel 4. dapat dijelaskan bahwa secara bersama-sama variabel bebasnya memperoleh hasil 0,698 atau sebesar 69,8% dengan  $p\text{-value}$   $0,000 < \alpha 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya ada pengaruh dari  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap Y secara bersama-sama. Selain itu, diperoleh hasil uji hipotesis secara parsial dari variabel  $X_1$  menunjukkan hasil 0,372 atau sebesar 37,2% dengan  $p\text{-value}$   $0,000 < \alpha 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya ada pengaruh dari  $X_1$  terhadap Y secara parsial. Diperoleh hasil uji hipotesis secara parsial  $X_2$  menunjukkan hasil -0,296 atau sebesar -29,6% dengan  $p\text{-value}$   $0,00 < \alpha 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya ada pengaruh dari  $X_2$  terhadap Y secara parsial. Diperoleh hasil uji hipotesis secara parsial  $X_3$  menunjukkan hasil 0,477 atau sebesar 47,7% dengan  $p\text{-value}$   $0,000 < \alpha 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya ada pengaruh dari  $X_3$  terhadap Y secara parsial.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan secara simultan variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  berpengaruh signifikan terhadap Y pada sepeda motor Honda merek PCX pada Pos Mertha Buana Motor Seririt. Variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  memberikan pengaruh sebesar 0,696 atau 69,6% terhadap Y pada sepeda motor PCX hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat dari Kotler (2009) menyatakan bahwa pada dasarnya konsumen akan mempertimbangkan bagaimana kualitas produk, desain produk dan harga, tiga hal tersebut adalah faktor penentu konsumen dalam memutuskan pembelian karena konsumen pada umumnya akan lebih mendambakan produk-produk yang berkualitas. Afandi (2017) mendukung hasil dari penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan  $X_1$  secara parsial terhadap Y

pada sepeda motor merek PCX. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Zeitham et la (2016) sebuah produk yang berkualitas dapat menarik minat pembeli sehingga akan melakukan pembelian. Hasil penelitian Riska dan Agung (2019) mendukung penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif dan signifikan  $X_2$  secara parsial terhadap Y pada sepeda motor merek PCX. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Virgo (2017).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian hipotesis yang keempat menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan  $X_3$  secara parsial terhadap Y sepeda motor merek PCX. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Menurut Tjiptono (2008:152) dalam prosos mengambil sebuah keputusan pembelian faktor harga memiliki peran ganda. Nur faedah (2016) mendukung hasil penelitian.

#### 4. Simpulan dan Saran

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. (1)  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  berpengaruh secara signifikan terhadap Y pada sepeda motor Honda merek PCX, dengan persentase sebesar 48,7%. (2)  $X_1$  berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Y pada sepeda motor honda merek PCX sebesar 37,2% dengan besar sumbangan yaitu 13,8%. (3)  $X_2$  berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Y pada sepeda motor honda merek PCX sebesar -29,6% dengan sumbangan yaitu 0,087% dan (4)  $X_3$  berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Y pada sepeda motor honda merek PCX sebesar 47,7% dengan besar sumbangan yaitu 22,7%.

Adapun saran yang diberikan melalui hasil penelitian sebagai berikut: (1) bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengembangan kembali terkait penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain dan dapat memperbanyak teoriteori yang dipaparkan tentang variabel yang akan digunakan serta dapat menggunakan teknik analisis data yang lain agar dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya dan dapat dapat menambah ilmu pengetahuan dalam belajar khususnya dalam belajar manajemen pemasaran dan (2) untuk perusahaan Pos Mertha Buana Motor Seririt diharapkan tetap menjaga kualitas dalam suatu produk, dapat menambah desain produk yang dijual serta memberikan harga yang lebih terjangkau dalam suatu pembelian produk.

#### Daftar Pustaka

- Afandi, Miftahudin. (2017). *“Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Daeler Surya Sakti Motor Kediri”*. *Jurnal Manajemen: Kediri*
- Agusty, Ferdinand. (2005). *Structural Equation Model dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM Spss 19 Edisi Kelima*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Martini, Tina. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian*,9(1), 1-20.
- Nur Faedah. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea Di Samarinda. *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*.

- Pramono Rian. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasim Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riska dan Agung. (2019). Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol, 8, No 2*.
- Saladin, Djaslim. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Simamora Virgon. (2017). Pengaruh Desain Priduk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Botol Sosro Dengan Kualitas Produk Sebagai Valiabel Moderating. *Jurnal Online Internasional Dan Nasional*. Jakarta. Vol. 20. NO 1.
- Zeitham, valerie A, Mary Jo Bitner, & Dwayne D Gremler. (2016), *Services Marketing Integrating Custemer Fokus Acroos the Firm (4th edition)*. Singapore: McGraw Hill.