

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei pada Konsumen UMKM Syehriel Collection)

Ady Nurwana^a, Ari Arisman^b, Kusuma Agdhi Rahwana^c

^a Ekonomi Dan Bisnis/ Manajemen, adynurwanaaa@gmail.com, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

^b Ekonomi Dan Bisnis / Manajemen, Ariarisman@unper.ac.id, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

^c Ekonomi Dan Bisnis / Manajemen, Kusumaagdhi@unper.ac.id, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Design and Product Quality on Purchasing Decisions at the UMKM Syehriel Collection (a survey on the consumers of the UMKM Syehriel Collection). The method used in this research is the quantitative research methods, with a research sample of 100 respondents and the analytical tool used in this study is multiple regression using SPSS version 25. The result showed that the Product Design and Product Quality a significant effect simultaneously on Purchasing Decisions at the UMKM Syehriel Collection. Product Design has a partially significant affect on Purchasing Decisions at the UMKM Syehriel Collection. Product Quality has a partially not significant effect on Purchasing Decisions at the UMKM Syehriel Collection.

Keywords : Product Design, Product Quality, and Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Syehriel Collection (Survei Pada Konsumen UMKM Syehriel Collection). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Desain Produk dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Syehriel Collection. Desain Produk berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Syehriel Collection. Kualitas Produk tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Syehriel Collection.

Kata Kunci : Desain Produk, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

1. PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin pesat, membuat perusahaan berlomba-lomba untuk terus bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan dapat tercapai. Semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat dalam penggunaan suatu produk yang menjadikan persaingan dalam usaha akan semakin tinggi.

Berkembangnya pertumbuhan masyarakat yang semakin menyebar disetiap wilayah akan menyebabkan industri mukena ikut terdorong dan mengalami peningkatan sebagai penyedia barang dengan berbagai macam variasi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dengan banyaknya dorongan dalam industri mukena, UMKM Syehriel Collection ini justru mengalami penurunan penjualan dan mengalami persaingan dipasaran.

Tabel 1.1
Data Penjualan UMKM Syehriel Collection.

NO	BULAN	TAHUN	PENJUALAN
1	Januari	2020	520 potong
2	Februari	2020	470 potong
3	Maret	2020	500 potong
4	April	2020	440 potong
5	Mei	2021	480 potong
6	Juni	2021	540 potong
7	Juli	2021	500 potong
8	Agustus	2021	480 potong
9	September	2021	520 potong
10	Oktober	2021	540 potong
11	November	2021	500 potong
12	Desember	2021	460 potong
13	Januari	2021	520 potong
14	Februari	2021	480 potong
15	Maret	2021	550 potong
16	April	2021	500 potong

Sumber : UMKM Syehriel Collection

Berdasarkan data dari tabel diatas menggambarkan penjualan pada UMKM Syehriel Collection di beberapa bulan mengalami mengalami perubahan jumlah penjualan yang cenderung menurun yang mengindikasikan adanya permasalahan karena kurangnya inovasi terhadap desain produk maupun kualitas produk yang bersaing dengan produsen yang lain.Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada UMKM Syehriel Collection.

Dalam hal ini, desain merupakan salah satu unsur penting yang mendorong konsumen untuk membeli produk. Selain desain produk, kualitas produk juga merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam menjalankan bisnis, baik produk maupun jasa yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harga yang diberikan. Hal tersebut agar produk dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:254) “Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi. Desain yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan memberi keunggulan bersaing yang kuat di pasar sasaran”

Menurut Azany (2014:45) “Desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan. suatu produk tertentu menurut yang disyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan”.

Terdapat beberapa Indikator menurut Kotler dan Amstrong (2012: 410) diantaranya Fitur,Mutu,Daya Tahan,Gaya.

2.2 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:283):Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya”.

Menurut Handoko(2012 :23)

“Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas”. Terdapat beberapa indikator dalam Kualitas Produk menurut Garvin yang dikutip oleh Tjiptono (2012: 121) yaitu *Performence,Features,Conformance to Spesification, Durability, Reliability, Form, Repairability, Style*.

2.3 Keputusan Pembelian

Menurut (Tjiptono, 2016:22)

“Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut”.

Menurut (Sussanto, 2014:4)

“Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Adapun Indikator Keputusan Pembelian Menurut Kotler dan Keller (2016:183) yaitu Pemilihan Produk, Pemilihan merek, Pemilihan tempat penyalur, Waktu pembelian, Jumlah pembelian, Metode pembayaran.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Deskriptif karena dilakukan dengan cara membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau subjek yang diteliti

Sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang. Untuk mendapatkan hasil pengolahan data yang lebih baik, dalam hal ini jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang konsumen di UMKM Syehriel *Collection* yang akan dijadikan responden.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Sampling insidental* yang merupakan bagian dari teknik *Nonprobability sampling*. *Sampling insidental* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja konsumen yang membeli produk dan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel. Dengan kata lain peneliti mengambil sampel secara acak.

Dalam penelitian ini analisis datanya menggunakan analisis linier berganda dan pengumpulan datanya menggunakan kuisisioner dengan metode pengukuran menggunakan skala likert dengan pilihan skor 1 sampai 5. Kemudian data kuisisioner diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25, analisis data yang digunakan yaitu Uji Validitas dan Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Linier Berganda, Analisis Korelasi, Analisis Koefisien Determinasi, Pengujian Hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Untuk mengetahui pengaruh desain produk, kualitas produk dan keputusan pembelian pada UMKM Syehriel *Collection*, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Sesuai dengan ukuran sampel karena penelitian ini merupakan penelitian survei dan tanggapan atas kuesioner dapat diterima seluruhnya. Dimana terdapat hasil jawaban dari kuesioner tersebut yang telah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas yang hasilnya dinyatakan valid dan reliabel. Pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dinyatakan sah atau valid untuk dijadikan alat pengumpul data.

Sedangkan uji reliabilitas dikatakan bahwa jika suatu variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan terhadap 100 responden menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* $> 0,60$

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Desain Produk	0,666	Reliabel
Kualias Produk	0,680	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,618	Reliabel

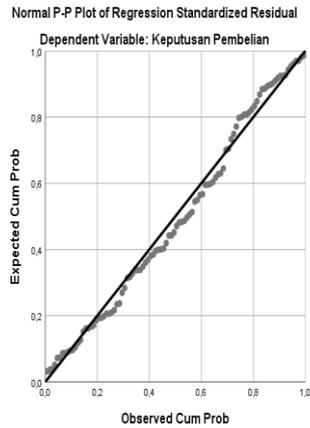
Sumber : Data yang diolah

Menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel Desain produk sebesar 0,666, Kualitas produk sebesar 0,680, keputusan pembelian sebesar 0,618. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya

4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *P-P plot*. Dalam pengambilan keputusan dalam uji grafik *P-P plot* data harus menunjukkan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik *P-P plot*, model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Uji Multikolinearitas

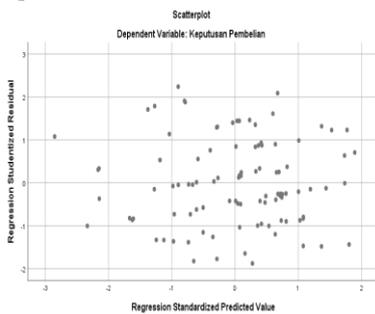
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Desain Produk	,992	1,008
	Kualitas Produk	,992	1,008

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Diketahui bahwa apabila nilai VIF berada dibawah 10,00 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,100 maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas



Dalam pengambilan keputusan dalam uji *Scatterplot* dapat diketahui bahwa pola *Scatterplot* menunjukkan titik-titik yang menyebar disekitar angka nol dan tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, sehingga membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,536 ^a	,287	,272	2,423	1,807

a. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui besarnya pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi. Dan untuk mengetahui uji signifikansi dilakukan uji f dan uji t. Setelah melakukan penelitian, dan data-data yang diperlukan maka dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara signifikan antara desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pengolahan data melalui SPSS versi 25.

Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Mukena Syehriel Collection.

Berdasarkan hasil analisis statistik dengan program SPSS Versi 25 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = 10,213 + 0,851 X_1 + 0,018 X_2 + e$$

Persamaan Regresi diatas dapat diinterpretasikan beberapa hal antara lain:

1. Dalam persamaan diatas konstanta sebesar 10,213. Hal ini berarti keadaan saat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel Desain Produk dan Kualitas Produk, maka Keputusan Pembelian sebesar 10,213. Maka dapat disimpulkan bahwa desain produk dan kualitas produk berdampak positif terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai koefisien regresi variabel Desain Produk (X_1) sebesar 0,851 adalah positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas produk tetap, maka keputusan pembelian konsumen naik sebesar 0,851.
3. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,018 adalah positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel Kualitas Produk tetap, maka Keputusan Pembelian naik sebesar 0,018.

Nilai koefisien korelasi (R) yaitu 0,802 jadi dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel desain produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) mempunyai hubungan yang sangat kuat.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi R^2 antara desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh R^2 sebesar 0,643. Berdasarkan perhitungan rumus koefisien determinasi antara desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai sebesar 64,3% hal ini menunjukkan bahwa tingkat keeratan antara Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sebesar 64,3% dan sisanya 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini atau estimasi standar error (e).

Lalu berdasarkan hasil perhitungan yang sudah dilakukan menggunakan SPSS versi 25, hasil dari Uji F diperoleh nilai F_{hitung} yaitu sebesar 87,402 dengan nilai Sig. 0,000 serta nilai F_{tabel} yaitu 3,09. Dinyatakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $87,402 > 3,09$ atau bisa juga dilihat dari nilai Sig. yang lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sig. yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan dari perhitungan hasil Uji F bahwa Desain Produk dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena pada saat konsumen akan melakukan suatu keputusan pembelian, mereka akan mempertimbangkan desain produk dan kualitas produk. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Syehriel Collection secara parsial

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh SPSS versi 25 diperoleh nilai koefisien korelasi antara desain produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,800 yang menunjukkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara desain produk dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang dapat diartikan bahwa desain produk akan meningkatkan keputusan pembelian secara parsial sebesar 64% [$K_d = (0,800)^2 \times 100\%$].

Lalu berdasarkan hasil uji t yang diperoleh SPSS versi 25 diperoleh t_{hitung} dari Desain Produk 13,136 pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 yaitu $n-k = (100-3)$ $t_{tabel} = 1,98472$. Maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,136 > 1,98472$. Bisa juga dilihat dari nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena pada saat konsumen akan melakukan suatu keputusan pembelian, mereka akan mempertimbangkan desain yang ditawarkan terhadap produk tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Panji Nugraha Bakti pada tahun 2014 tentang Pengaruh Desain Produk terhadap keputusan pembelian di Ransel Eiger, hasil dari penelitian yang dilakukan menyatakan Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena pada saat konsumen akan melakukan suatu keputusan pembelian, mereka akan mempertimbangkan desain yang ditawarkan terhadap produk tersebut. Jika desain yang ditawarkan tidak sesuai keinginan konsumen maka konsumen akan berfikir berulang-ulang untuk membeli. Seperti diketahui bahwa desain yang ditawarkan tidak sesuai dengan minat konsumen. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Syehriel Collection secara parsial

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh SPSS versi 25 (lampiran 3, halaman 142) diperoleh nilai koefisien korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,031 yang menunjukkan terdapat hubungan yang sangat lemah antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang dapat diartikan bahwa kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian secara parsial sebesar 0,0961% [$K_d = (0,031)^2 \times 100\%$].

Lalu berdasarkan hasil uji t yang diperoleh SPSS versi 25 (lampiran 3, halaman 143) diperoleh t_{hitung} dari Kualitas Produk 0,305 pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 yaitu $n-k = (100-3)$ $t_{tabel} = 1,98472$. Maka nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,305 < 1,98472$. Bisa juga dilihat dari nilai Sig. $0,761 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} kualitas produk (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), karena saat melakukan pembelian konsumen melihat bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh UMKM Syehriel Collection ini masih sama saja dengan kualitas produk yang ditawarkan yang tidak memiliki ciri khas sendiri yang dapat membedakannya dengan produk perusahaan lain yang sejenis. Karena konsumen tentunya sangat mengharapkan produk yang lebih berbeda dari sebelumnya. Dengan demikian H_a dan H_0 ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis mengenai pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Syehriel Collection, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk dari UMKM Syehriel Collection ini berada pada kategori yang sudah baik, hanya saja perusahaan ini tidak mengembangkan lagi produk-produknya seperti dengan menciptakan ciri khas yang lebih berbeda dari sebelumnya. Lalu desain yang ditawarkan dari produk ini berada dalam kategori baik, akan tetapi perusahaan harus tetap memperbaharui desain produk agar jauh lebih baik lagi, karena ada satu poin yang berada pada kategori tidak baik yaitu pada pilihan bentuk produk. Diharapkan pihak UMKM dapat mengembangkan lagi desain produknya agar mempunyai berbagai pilihan bentuk yang beragam. Lalu keputusan pembelian pada UMKM Syehriel Collection ini berada dalam kategori cukup, artinya keputusan pembelian pada UMKM Syehriel Collection berada diantara cukup tinggi atau cukup rendah tetapi pada tabel data penjualan mengindikasikan bahwa penjualan produk pada tahun 2020 sampai 2021 cenderung tidak stabil. Pada dasarnya konsumen akan melakukan keputusan pembelian jika semua variabel berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian serta kebutuhan dan keinginan konsumen pun akan terpenuhi.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk mukena UMKM Syehriel Collection.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kualitas produk secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Syehriel Collection. Sedangkan desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Syehriel Collection.

SARAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis mengenai pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Syehriel *Collection*, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk dari UMKM Syehriel *Collection* ini berada pada kategori yang sudah baik, hanya saja perusahaan ini tidak mengembangkan lagi produk-produknya seperti dengan menciptakan ciri khas yang lebih berbeda dari sebelumnya. Lalu desain yang ditawarkan dari produk ini berada dalam kategori baik, akan tetapi perusahaan harus tetap memperbaharui desain produk agar jauh lebih baik lagi, karena ada satu poin yang berada pada kategori tidak baik yaitu pada pilihan bentuk produk. Diharapkan pihak UMKM dapat mengembangkan lagi desain produknya agar mempunyai berbagai pilihan bentuk yang beragam. Lalu keputusan pembelian pada UMKM Syehriel *Collection* ini berada dalam kategori cukup, artinya keputusan pembelian pada UMKM Syehriel *Collection* berada diantara cukup tinggi atau cukup rendah tetapi pada tabel data penjualan mengindikasikan bahwa penjualan produk pada tahun 2019 sampai 2020 cenderung tidak stabil. Pada dasarnya konsumen akan melakukan keputusan pembelian jika semua variabel berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian serta kebutuhan dan keinginan konsumen pun akan terpenuhi.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan bahwa desain produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk mukena UMKM Syehriel *Collection*.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kualitas produk secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Syehriel *Collection*. Sedangkan desain produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Syehriel *Collection*.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan.** 2011. Manajemen Produksi dan Operasi. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta
- Aloysoius Jefri MS Natipulu.** 2014 Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk handbag Elizabeth di Bandung (studi kasus pada Mahasiswa Fakultas FEB jurusan Manajemen Unisba) vol 1, No 3
- Bayu, Januar Rahman.** 2016. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian tas mini Backpack. Universitas Airlangga. Surabaya. Vol.6. No.3
- Djabbar** (2013) yang berjudul “Analisis pengaruh desain produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada handbag lollypop shop di Surabaya”
- Ghozali.** (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin, David A.** 2016. alih bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. Yogyakarta
- Hestanto.** (2010). *Kualitas Produk*. [Online]. Diakses dari: <https://www.hestanto.web.id/kualitas-produk/>
- Handoko, T. Hani.** 2012. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller,** 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Person Education, Inc
- Langgeng Setyo Nugroho.** 2015. Pengaruh Kualitas Produk , Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Tas Octopus (Distributor Outlet) Rown Division Bandung
- Murty, Dea.** 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Tas Hobo (Studi Kasus pada Mahasiswa UGM). Jurnal Ekonomi. Vol.1.No.3.
- Ni Made Rahayu Wulandari** (2017) Pengaruh Celebrity endorse, citra merek, dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada toko miniso di jakarta (studi kasus pada pelanggan tas miniso di Jakarta), Vol 4 no, 11
- Nurhayati** 2017 Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Wristlet di kota Bandung (studi kasus pada pelanggan tas Wristlet). Vol 6, No 2
- Olivia Oktaviani.** 2015. Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Handbag Flashy Banten (Studi kasus Pada Konsumen Mahasiswa STIE AMA, IAIN dan UKSW di Salatiga).

Panji Nugraha Bakti. 2014. Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ransel Eigger (Studi kasus Pada Pabrik PT.Kahatex Rancaekek kab. Bandung

Rosvita dan Sugiono (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian tas KW Batam ”

Resa Rahardi (2016) “Pengaruh Desain produk, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian tas NIION Bandung”

Siska Oktaviani (2013)Pengaruh harga, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk tas dshp (studi kasus pada konsumen store dshp cimahi). Vol 3, No 1

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Wahyono, B. (2012). Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen. [*Online*]. Diakses dari <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html>