

# Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Filano pada Maha Surya Motor III Singaraja

I Wayan Suardana\*, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi Telagawathi

Universitas Pendidikan Ganesha

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano pada Maha Surya Motor III Singaraja. Meskipun data penjualan Filano menunjukkan perubahan yang signifikan selama tahun 2024, dasar penelitian ini didasarkan pada tren kenaikan penjualan sepeda motor secara nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden yang dipilih berdasarkan perhitungan jumlah indikator pada variabel penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis skala Likert dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano; (2) desain produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Filano; dan (3) keputusan untuk membeli dipengaruhi secara signifikan oleh baik kualitas produk maupun desain secara bersamaan. Dengan demikian, desain yang estetis dan produk yang berkualitas menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat konsumen sehingga perusahaan dapat berfokus pada strategi pemasaran guna meningkatkan kedua aspek tersebut.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i1.3173>

\*Correspondence: I Wayan Suardana

Email: [suardana.5@undiksha.ac.id](mailto:suardana.5@undiksha.ac.id)

Received: 22-11-2025

Accepted: 22-12-2025

Published: 22-01-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** The aim of this research is to determine the effect of product quality and product design on the decision to purchase Filano motorcycles at Maha Surya Motor III Singaraja. Although Filano sales data shows significant changes during 2024, this research is based on the upward trend in motorcycle sales nationally. This study uses a quantitative causal approach with a sample size of 140 respondents selected based on the calculation of the number of indicators in the research variables. Data collection was conducted through a Likert scale-based questionnaire and data analysis techniques using multiple linear regression. The results of the study show that: (1) product quality has a positive and significant effect on the decision to purchase Filano motorcycles; (2) product design also has a positive and significant effect on the decision to purchase Filano motorcycles; and (3) the decision to purchase is significantly influenced by both product quality and design simultaneously. Thus, aesthetic design and product quality are key factors in increasing consumer interest, enabling companies to focus on marketing strategies to improve both aspects.

**Keywords:** Product Quality, Product Design, Purchasing Decisio

## Pendahuluan

Sektor otomotif Indonesia sangat kompetitif, terutama di pasar sepeda motor, yang menjadi sarana transportasi umum utama (Herdiansyah & Fahrizal, 2021). Mengalami peningkatan signifikan, penjualan sepeda motor di Indonesia tercatat meningkat dari 5,2 juta produksi di 2021 menjadi 5,8 juta produksi di 2023 menurut data yang dipublikasikan oleh AISI. Segmen skuter matik (skutik) mendominasi dengan kontribusi lebih dari 85% penjualan nasional, di mana Honda dan Yamaha menguasai pasar. Untuk merespons tren

ini, Yamaha meluncurkan produk baru Yamaha Filano yang dilengkapi teknologi *Blue Core Hybrid*, desain retro-modern, serta fitur konektivitas canggih.

Meskipun menawarkan kualitas dan inovasi, data penjualan di Dealer Yamaha Maha Surya Motor III Singaraja tahun 2024 menunjukkan fluktuasi signifikan, bahkan menurun dari 140 unit pada April menjadi 60 unit pada November. Kondisi ini menandakan keputusan pembelian konsumen terhadap Filano masih belum optimal.

**Tabel 1.** Distribusi dan Capaian Penjualan Produk Yamaha Filano pada Maha Surya Motor III Singaraja Periode 2024.

No.	Bulan	Unit
1.	Januari	100
2.	Februari	70
3.	Maret	115
4.	April	140
5.	Mei	90
6.	Juni	80
7.	Juli	111
8.	Agustus	124
9.	September	75
10.	Oktober	85
11.	November	60
12.	Desember	70

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beragam faktor, terutama kualitas produk serta desain (Kimkuri & Buntu, 2021). Pendapat Gunawan et al., (2025), Pilihan pembelian yang dibuat oleh pelanggan dapat dipengaruhi oleh peningkatan kualitas produk dan desain yang menarik. Dengan kata lain, aktivitas nyata yang dilakukan pelanggan dalam memutuskannya barang ataupun jasa mana yang akan mereka gunakan ataupun konsumsi dikenal sebagai pilihan pembelian (Prasetya et al, 2019). Cara lain untuk menggambarkan pilihan pembelian adalah cara pelanggan berperilaku saat memilih dan memformulasikan identitas produk atau servis yang diyakini berimplikasi positif pada pemenuhan kebutuhan dan aspirasi mereka (Diantara & Yudiaatmaja, 2025).

Kualitas produk, atau kemampuannya suatu produk ataupun layanan dalam pemenuhan harapan atau permintaan konsumen, merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian (Yudha & Yulianthini, 2022). Demi memenuhi kebutuhan mereka, pelanggan akan mencari produk berkualitas tinggi (Sitorus et al, 2024). Desain produk juga memiliki dampak besar dalam menarik pelanggan, karena desain yang menarik akan memberikan kesan positif tentang barang tersebut (Suari et al, 2019).

Kotler & Keller (2012) menegaskan bahwa desain memiliki peran penting karena berkaitan dengan fungsi, kemudahan penggunaan, serta daya tarik visual produk. Namun, terdapat perbedaan hasil penelitian sebelumnya: Putra & Komariah (2022) memperlihatkan desain ada pengaruhnya positif pada keputusan pembelian, lalu Adonis & Silintowe (2021) menemukan desain tidak ada pengaruhnya signifikan. Perbedaan ini menandakan adanya *research gap* yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Melihat dari fenomena dan perbedaan temuan studi, sangat esensial guna meneliti lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Filano pada Dealer Maha Surya Motor III Singaraja.”

## Metodologi

Pelaksanaan penelitian dilakukan pada entitas pemasaran Yamaha, yakni Dealer Maha Surya Motor III, yang berposisi di Jalan Ngurah Rai, Banjar Jawa, wilayah administratif Kecamatan dan Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Dealer ini dipilih karena memiliki posisi strategis sebagai pusat pemasaran, layanan purna jual, dan penyedia suku cadang Yamaha di wilayah Buleleng.

Pendekatannya dipakai ialah pendekatan kuantitatif dengan desain kausal. Studi kausal dipilih karena terdapat tujuan guna mengetahui hubungannya sebab-akibat antara *variable independent* pada *variable dependent* (Umar, 2002). Studi ini secara terarah dimaksudkan untuk menelaah sejauh mana kualitas produk (X1) serta rancangan produk (X2) berimplikasi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Yamaha Filano (Y) di Singaraja.

Jumlah sample ditentukan berdasarkan pedoman Ferdinand (2006), yaitu minimal 5 hingga 10 kali jumlahnya indikator dipakai. Pada studi ini ada 14 indikator, hingga jumlahnya sample minimum yakni  $14 \times 5 = 70$  dan jumlah maksimum adalah  $14 \times 10 = 140$ . Oleh karena itu, studi ini melibatkannya 140 partisipan yang mana konsumen Yamaha Filano di Singaraja.

Data studi diperoleh dari sumber primer melalui kuesioner yang disebarkan kepada konsumen, serta sumber sekunder berupa dokumen dan informasi terkait aktivitas pemasaran dan penjualan di dealer. Sebagai perangkat pengumpulan data, digunakan kuesioner dengan skala Likert berjenjang lima aras tanggapan, terentang dari penolakan total ke afirmasi penuh (Sugiyono, 2007).

Korelasi Pearson digunakan untuk menguji validitas studi, sementara Cronbach's Alpha digunakan untuk menguji reliabilitasnya. Semua komponen dalam variabel pilihan pembelian memiliki nilai korelasi di atas *r-table* dan nilainya Cronbach's Alpha melebihi 0,60, memperlihatkan bahwa hasil pengujian valid serta bisa diandalkan (Ghozali, 2012).

Metodologi analisa data dipakai ialah analisa regresi linier berganda memakai SPSS v29. Tahapan analisis diawali dengan pengujian asumsi klasik terhadap data melalui uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Abdus Salam et al, 2023). Setelah data memenuhi kriteria, dilakukan analisis regresi yang disertai dengan perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) serta verifikasi signifikansi regresi secara bersamaan dan secara individual dikonfirmasi dengan instrumen uji F serta uji t.

## Hasil Pembahasan

Sebelum eksekusi analisis regresi linier majemuk, instrumen uji asumsi klasik diperlukan sebagai pra-kondisi. Terdapat tiga tahapan fundamental dalam pengujian tersebut, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas.

Telaah kenormalan menempati posisi sebagai prosedur pendahulu dalam pelaksanaan uji asumsi klasik. Distribusi data normal dan penyebarannya data statistik yang sejalan dengan garis diagonal grafik distribusi normal merupakan ciri-ciri model regresi yang baik. Temuan uji normalitas memakai grafik histogram dan Hasil visualisasi sebaran data mematuhi asumsi kenormalan termanifestasi melalui visualisasi grafik P-Plot, di mana titik-titik data berimpit dengan garis lurus referensi. Normalitas data dapat pula dikonfirmasi melalui uji Kolmogorov-Smirnov sebagai pelengkap dari pendekatan grafis.

**Tabel 2.** Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Simrnov

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.88512531
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.064
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Melihat hasil table tersebut diatas, bisa dikatakan signifikansinya Asymp.Sig(2-tailed) besarnya 0,060 melebihi 0,05. Data tersebut didistribusikan secara teratur sesuai dengan kriteria pengambilannya keputusan uji Kolmogorov-Smirnov terdahulu. Model regresi tersebut telah menggaransi kriteria atau asumsi normalitas yang dianjurkan, dengan demikian, konklusi ini dapat diformulasikan.

**Tabel 3.** Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
Kualitas Produk(X1)	0,381	2,622	Tidak terjadi multikolinieritas
Desain Produk(X2)	0,381	2,622	Tidak terjadi multikolinieritas

Berdasarkan temuan uji multikolenieritas menggunakan SPSS yang ada pada table 4.3 diperlihatkan dalam keseluruhan variable pada studi ini mempunyai nilainya tolerance melebihi 0.10 serta nilainya VIF kurang dari 10. Seperti variable kualitas produk (X<sub>1</sub>) mempunyai nilainya tolerance 0.381 > 0.10 serta nilainya VIF 2.622 < 10 serta pada desain produk (X<sub>2</sub>) dengan nilainya sama. Hal ini bisa dibuat simpulan tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.** Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.525	1.383		3.271	.001
	TotalX1	.564	.135	.412	4.190	.000
	TotalX2	.324	.096	.331	3.365	.001

Melihat temuan perhitungan regresi linier berganda yang ditampilkan pada Tabel 3, diperoleh persamaannya regresi yakni:  $Y = 4,525 + 0,564 X_1 + 0,324 X_2 + 0,297\varepsilon$ . Melihat hal tersebut, bisa diinterpretasikan yakni: (1).Konstanta ( $\alpha$ ) besarnya 10,507 memperlihatkan jika variable Kualitas Produk ( $X_1$ ) serta Desain Produk ( $X_2$ ) nilainya nol, maka nilainya Keputusan Pembelian ( $Y$ ) terdapat nilainya 4,525. (2). Koefisien regresi variable kualitas produk ( $\beta_1$ ) besarnya 0,564 memperlihatkan bahwa variable kualitas produk ada pengaruhnya positif pada keputusan pembelian. Tiap peningkatannya satu satuan pada variable kualitas produk, dengan asumsi variable lain konstan, akan meningkatkannya keputusan pembelian besarnya 5,089 ( $4,525+0,564$ ). (3). Koefisien regresi variable desain produk ( $\beta_2$ ) besarnya 0,324 memperlihatkan bahwa variable desain produk ada pengaruhnya positif pada keputusan pembelian. Tiap peningkatannya satu satuan pada variable kualitas produk, dengan asumsi variable lain tetap, akan meningkatkannya keputusan pembelian besarnya 4,849 ( $4,525+0,324$ ).

Uji F dilaksanakan guna melihat variable independent, yakni kualitas produk dan desain produk, secara bersamaan ada pengaruhnya pada variabel dependent, yakni keputusan pembelian. Temuan uji F disajikan pada Table 4.

**Tabel 5.** Hasil Uji F

ANOVA <sup>2</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1080.639	2	540.319	66.935	.000 <sup>b</sup>
Residual	1105.897	137	8.072		

Hipotesis inkuisisi yang ketiga menegaskan hubungan kausal antara mutu produk serta perancangan visual dengan finalisasi komersial. Dwi-aspek tersebut diperkirakan berandil vital dalam pembelian unit Yamaha Filano pada lokus Surya Motor III Singaraja. Melihat temuan uji F yang ditampilkan, didapat signifikansinya .000<sup>b</sup> ( $< 0,05$ ). Maka dari itu, Ditolaknya  $H_0$  serta **diterimanya  $H_3$** , disposisi akuisisi pelanggan terhadap unit Yamaha Filano di lokus Surya Motor III Singaraja terdeterminasi secara vital oleh pengaruh kolektif dari mutu produk dan estetika rancangannya.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipakai guna mengukur besaran kontribusi variable independent dalam menjelaskannya variable dependent. Temuan uji koefisien determinasi bisa diperlihatkan dalam Table 5.

**Tabel 6.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.703 <sup>a</sup>	.494	.487	2.841
a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1				
b. Dependent Variable: totally				

Melihat temuan uji dari koefisien determinasi yang terdapat pada table 4.9, maka bisa dikatakan nilainya (R-Squared) yakni 0,494 memperlihatkan pengaruhnya variable independent (kualita produk dan desai produk) pada variable dependent (keputusan pembelian) besarnya 49,4%. Lalu angka sisa dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada pada studi ini.

Temuan studi ini ada pengaruhnya positif signifikan kualitas produk pada pembelian sepeda motor filano di Surya Motor III Singaraja. Kualitas produk yang bagus dan terpercaya meningkatkan keyakinan mereka terhadap produk sepeda motor filano, sehingga memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Temuan ini adanya kesesuaian dengan studi lain juga menjelaskan bahwa keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Filano pada Surya Motor III Singaraja secara substansial dipengaruhi oleh tingkat kualitas produk yang ditawarkan, studi tersebut dilaksanakan oleh Stevani & Aminah (2022), Nurhasna et al, (2022) dan Hermawan & Fauzi (2023).

Signifikansi positif impak rancangan produk tercermin dalam peningkatan kecenderungan konsumen untuk membeli kendaraan Yamaha Filano pada Surya Motor III Singaraja. Desain yang menarik, stylish dan moderen meningkatkan keinginan mereka terhadap produk sepeda motor filano, sehingga memotivasi konsumen dalam melaksanakan pembelian. Temuan studi ini adanya kesesuaian dengan temuan studi lain juga memaparkan bahwa Signifikansi pengaruh desain produk tercermin dalam determinasi perilaku konsumen ketika menentukan pilihan membeli Yamaha Filano pada Surya Motor III Singaraja, studi tersebut dilaksanakan oleh Stevani & Aminah (2022), Nurhasna et al, (2022) dan Hermawan & Fauzi (2023).

Keputusan pembelian Yamaha Filano pada Surya Motor III Singaraja terdeterminasi secara signifikan oleh agregat kualitas dan desain produk. Implikasi kolektif ini memperlihatkan hubungan yang mendukung (Selviyanti & Telagawathi, 2023). Mutu yang bagus dan terpercaya meningkatkan keyakinan mereka terhadap produk sepeda motor filano. Serta desain produk yang menarik, stylish dan moderen meningkatkan keinginan mereka terhadap produk sepeda motor filano, sehingga memotivasi konsumen dalam melaksanakan pembelian. Keterjaminan model regresi ini selaras dengan kajian lain, di mana dwi-aspek mutu dan perancangan visual secara kolektif menunjukkan andil signifikan dan mendukung dalam finalisasi komersial sepeda motor Filano pada lokus Surya Motor III Singaraja, studi tersebut dilaksanakan oleh Bari et al., (2024) dan Aprilia & Darmawan (2025).

Mutu Atribut dan konstituen desain berimplikasi eksepsional pada minat akuisisi roda dua Filano di lokus Surya Motor III Singaraja, sebuah hal yang dihadirkan oleh inkuisi ini. Temuan ini adanya kesesuaian dengan beragam studi terdahulu yang memperkuat temuan studi penulis. Suari et al., (2019) Telaah ini mengemukakan bahwa konstituen mutu dan estetika rancangan unit sepeda motor Honda secara kolektif menginsinuai impak vital pada disposisi akuisisi khalayak, dengan andil sinergis mencapai 80,3%, di mana secara parsial kualitas produk memberi pengaruhnya sebesar 21,9% dan desain produk besarnya 8,9%. Selanjutnya, Tsaniya & Telagawathi (2022) memperlihatkan atribut kualitas dan nilai komersial ada impak esensial minat beli pelanggan pada Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt, hingga peningkatannya mutu kualitas serta penetapan harga yang sesuai jadi kunci dalam menariknya minat beli. Studi Murniasih & Telagawathi (2023) Baik secara terpisah maupun terakumulasi (serempak), atribut mutu dan perancangan *dermatologi* MS Glow menghasilkan konsekuensi jelas nyata dan mendukung pada keinginan akuisisi berulang. Keadaan ini mendorong khalayak melaksanakan transaksi repetitif atas unit tersebut, seperti dipublikasikan dalam telaah ini. Demikian pula, Juliana et al., (2018) menemukan bahwa keputusan komersial atas unit Honda Beat oleh afiliasi akademik Manajemen Undiksha dipengaruhi secara eksepsional oleh atribut kualitas dan reputasi mereknya, menunjukkan peningkatan keterjaminan produk dan citra brand secara langsung menginsinuai intensifikasi pada disposisi pembelian konsumen. Sementara itu, studi Rizal et al., (2019) memperlihatkan citra merek dan harga ada pengaruhnya signifikan pada loyalitas pelanggan sepatu Nike di Singaraja Futsal, meskipun secara parsial keduanya ada pengaruhnya positif namun tidak signifikan. Maka dari itu, temuan studi ini konsisten dengan studi sebelumnya menyatakan kualitas produk dan faktor pendukung lain seperti desain, harga, maupun citra merek mempunyai peranan esensial dalam memengaruhinya minat beli, keputusan pembelian, hingga loyalitas konsumen pada berbagai jenis produk.

## Simpulan

Melihat temuan serta pembahasan yang sudah dilaksanakan, maka bisa dibuat simpulannya yakni, (1) Mutu produk memperlihatkan signifikansi pengaruh positif terhadap preferensi konsumen dalam menentukan tindakan membeli motor Filano pada Surya Motor III Singaraja. (2) Rancangan produk menampilkan daya pengaruh yang konstruktif dan signifikan terhadap tindakan membeli motor Filano pada Surya Motor III Singaraja. (3) Keduanya, baik kualitas maupun desain produk, bersama-sama memperkuat pengaruh terhadap tindakan membeli motor Filano pada Surya Motor III Singaraja.

Melihat temuan pembahasan serta simpulannya terdapat saran pada studi ini, bisa diberikan saran yakni, (1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Surya Motor III Singaraja, menyediakan pilihan produk yang lengkap dan pastikan agar stok produk selalu tersedia. Mengembangkan program loyalitas pelanggan, memberikan reward atau diskon khusus bagi konsumen yang setia, adakan event untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap sepeda motor Filano di Surya Motor III Singaraja. (2) Peneliti di masa depan yang ingin meneliti topik terkait, seperti mutu produk, rancangan produk, dan keputusan membeli, disarankan untuk memperluas kajian dengan memakai sampel dan populasi yang lebih

besar, serta mempertimbangkan faktor lainnya sangat mungkin memengaruhinya keputusan untuk membeli motor Filano, seperti harga produk dan promosi.

### Daftar Pustaka

- Abdus Salam, Widajanto, M. B., & Wasil, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Diamond Di Surabaya. *Global*, 5(2), 441–452.
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain produk, kualitas produk, citra merek dan harga produk terhadap keputusan pembelian generasi y. *Jurnal CAPITAL*, 3(1), 118–138.
- Aprilia, E. P., & Darmawan, D. (2025). *Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik*.
- Bari, A., Muakhor, K., Savitri, C., & Ohnishi, M. (2024). *Pengaruh Kualitas dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Adidas di Prefektur Okayama , Jepang ( Studi Kasus pada Mahasiswa dan Pemegang Indonesia )*. 4(3), 1014–1025.
- Diantara, G. A., & Yudiaatmaja, F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Di Rimo Trade Center Denpasar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 599–608. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.91336>
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Desertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=1533392791765553439&hl=en&oi=scholar>
- [r](#)
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=6734627428229337755&hl=en&oi=scholar>
- [r](#)
- Gunawan, K. I., Muthalib, D. A., & Conny. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari. *Jurnal HOMANIS*, 2(2), 535–544.
- Herdiansyah, D., & Fahrizal, M. (2021). Jurnal Ilmiah Poli Bisnis. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 13(2), 140–151.
- Hermawan, J. P. P. O., & Fauzi, R. U. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Nilai Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik Di Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5*, 2686–1771.
- Juliana, K. E., Luh, N., Sayang, W., Putu, G., & Jana, A. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat*. 5(1), 1–8.
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Kota Jayapura*. 11, 8–16.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Ulang Produk Skincare MS Glos di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148.

- Nurhasna, F. N., Dewi, R. S., Purbawati, D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen*. 11(4), 750–757.
- Prasetya, K. Y. A., Suarmanayasa, I. N., & Yulianthini, N. N. (2019). *Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Future Culture Di Singaraja*. 5(2), 76–81.
- Putra, R. F., & Komariah, N. S. K. (2022). Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 163–171.
- Rizal, A. S., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Merek Nike Di Singaraja Futsal*. 1(2), 34–40.
- Selviyanti, D. S., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 460–468. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Sitorus, U. M., M. Asnawi, & Al Firah. (2024). Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Map Aktif Adiperkasa Di Meda Udur. *Jurnal Bisnis Net*, 7(1), 240–249.
- Stevani, A., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Di Ahass Mpm. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1058–1071.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthin, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 26–33. <https://doi.org/10.24929/abhakte.v1i2.3053>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen: Catatan Kedua*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yudha, I. M. R. P. A., & Yulianthini, N. Y. (2022). Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 438–446. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/39197>