

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL UD. JATI AJI KOTA PASURUAN

Muhammad Miftakhul Ulum¹, A. Ratna Pudyaningsih², Yufenti Oktaviah³

Universitas Merdeka Pasuruan¹²³

Email Korespondensi :

E-Mail: mmiftakhulum77@gmail.com¹, ratnahend@gmail.com², oktavivnty@gmail.com³

ABSTRAK

Industri mebel masih menjadi sektor unggulan di beberapa wilayah di Indonesia sebagai sumber mata pencaharian masyarakat. Seiring dengan perkembangan ekonomi, kemajuan teknologi, dan tingginya persaingan, pelaku usaha mebel di Kota Pasuruan dituntut untuk terus menyesuaikan strategi yang dijalankan. Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk menentukan pengaruh dan menganalisis kedua variabel dependen yakni kualitas serta desain dari sebuah produk, baik secara simultan maupun parsial, terhadap variabel independen yakni keputusan pembelian produk mebel pada UD. Jati Aji Kota Pasuruan. Studi tersebut sudah menentukan metode yang digunakan adalah kuantitatif dan pendekatan secara asosiatif. Pengambilan sampel pada studi tersebut memakai sampel jenuh, sehingga semua populasinya terdiri hanya pelanggan mebel UD. Jati Aji sebanyak 60 responden. Menurut analisis regresi linier berganda. Persamaan yang dihasilkan adalah $Y = 5,798 + 0,135 X_1 + 0,734 X_2$, sehingga kualitas (X_1) serta desain (X_2) di dalam studi tersebut sangat memengaruhi keputusan dalam pembelian. Menurut skor yang didapat dari koefisien determinasi (R^2) 0,464, kedua variabel tersebut berdampak signifikan pada keputusan pembelian secara bersamaan. Tapi secara parsial kualitas produk menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena (t hitungnya 0,996; sig. 0,324 > 0,05), sedangkan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial (t hitungnya 5,585; sig. 0,000 < 0,0). Hasilnya menunjukkan bahwa, dalam konteks bisnis skala lokal, desain produk menjadi aspek yang lebih penting daripada kualitas produk ketika memutuskan untuk membeli mebel.

Kata kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi, pelaku usaha dituntut untuk terus menyesuaikan strategi yang dijalankan, terutama dalam bidang pemasaran. Perusahaan perlu menyadari dan mengidentifikasi perilaku konsumen terkait keputusan pembelian, karena dalam memilih sebuah produk atau jasa, konsumen cenderung mempertimbangkan kebutuhan yang ingin dipenuhi.

Industri mebel masih menjadi sektor unggulan di beberapa daerah di Indonesia sebagai sumber mata pencaharian masyarakat, tidak terlepas dari reputasi industri mebel Indonesia yang tetap kompetitif di pasar internasional. Di Jawa Timur, khususnya Kota Pasuruan, aktivitas industri mebel banyak terpusat di wilayah Kelurahan Bukir, Purworejo, dan Gadingrejo yang dikenal sebagai sentra industri Bukir sejak tahun 1973, dengan ciri khas masing-masing baik dari aspek desain, kualitas produk, maupun teknik produksi. Salah satu pelaku usaha di kawasan tersebut adalah UD. Jati Aji, yang berlokasi di Jalan Margo Taruno, Kelurahan Kebonagung, dan telah berdiri sejak tahun 1990 dengan memproduksi berbagai furnitur berbahan kayu jati untuk kebutuhan interior seperti kursi tamu, meja makan, dan meja rias.

UD. Jati Aji tidak hanya melayani pasar lokal, tetapi juga telah menjangkau wilayah Jawa Timur dan Bali. Namun demikian, tingginya tingkat persaingan dengan pelaku usaha mebel lain di Kota

Pasuruan menjadi kendala utama, yang tercermin dari tren penurunan penjualan pada periode 2023-2025, khususnya pada kategori kursi tamu, meja makan, dan meja rias. Penurunan tersebut mengindikasikan adanya perubahan preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, yang salah satunya dipengaruhi oleh keraguan konsumen terhadap kualitas produk, seperti teknik finishing yang kurang maksimal, ketidakteraturan pengamplasan, serta hasil pengecatan yang belum rapi dan merata. Selain itu, desain produk yang ditawarkan cenderung monoton, kurang inovatif, dan belum mengikuti perkembangan tren serta selera pasar.

Kualitas produk dan desain merupakan unsur penentu utama pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian mebel (Schiffman & Kanuk, 2018). Menumbuhkan kepercayaan, ketertarikan, desain yang sangat unik, mengikuti perkembangan zaman, dapat dilihat dari kesempurnaan kualitas produknya untuk meningkatkan daya tarik visual produk, sebaliknya, jika kedua komponen tersebut dinilai kurang optimal, maka keputusan konsumen untuk membeli produk cenderung menurun, seperti yang terlihat di UD. Jati Aji dalam beberapa tahun terakhir.

Keberagaman hasil studi sebelumnya menunjukkan tentang bagaimana kualitas produk dan desain produk memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian Rincel Dwi Rahayu dan Lidya Martha (2024), dan penelitiannya Gunntari dan Halim (2021) mengatakan bahwa kuaalitas dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, peneliitian Kartika et al. (2025) menunjukan bahwa pilihan pembelian tidak berdampak pada kualitas. Hasil yang berbeda menunjukkan bahwa hasilnya tidak konsisten. Hal ini karena penelitian yang secara khusus mempelajari bagaimana kualitas dan desain produk memengaruhi industri mebel skala lokal, khususnya UD. Jati Aji Kota Pasuruan, masih sangat sedikit. Berdasarkan uraian ini, tujuannya untuk mengetahui dampaknya kualitas dan desain produk UD. Jati Aji Kota Pasuruan terhadap keputusan konsumen untuk membeli mebel.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Proses tersebut diambil konsumen dapat diartikan sebagai proses dalam keputusan konsumen saat membeli, saat individu memilih serta merealisasikan pembelian terhadap produk atau merek yang paling cocok dengan kebutuhan dan keinginannya (Kotler & Keller, 2022). Keputusan pembelian terdiri dari sejumlah langkah, mulai dari mengidentifikasi masalah yang dihadapi pelanggan sampai menemukan spesifik tentang produk atau merek tertentu yang dapat menyelesaikan masalah tersebut. (Tjiptono, 2014). Proses tersebut mencakup beberapa proses, yakni pengenalan permasalahan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler & Keller, 2022). Pemilihan produk, jalur pembelian, waktu, jumlah, dan metode pembayaran adalah beberapa indikator keputusan pembelian.

Kualitas Produk

Kualitas produk pada penelitian tersebut mencakup aspek seperti performa, fitur, kesesuaian, ketahanan, dan keandalan, serta tingkat kemampuan untuk melakukan fungsinya sesuai atau melebihi ekspektasi penggunaanya (Tjiptono, 2016). Kualitas juga dapat didefinisikan sebagai gabungan dari berbagai elemen dan fitur produk maupun jasa yang memutuskan sejauh mana produk tersebut dapat mencukupi kebutuhan pelanggan (Kotler & Keller, 2022). Indikator pada variabel kualitas produk

yang digunakan dalam penelitian tersebut meliputi kinerja (*performance*), fitur (*feature*), kesesuaian (*conformance*), ketahanan (*durability*), dan keandalan (*reliability*) (Tjiptono, 2016).

Desain Produk

Berdasarkan semua karakteristik yang berdampak terhadap penampilan, sensasi, serta fungsional suatu barang bagi pengguna disebut desain (Kotler & Keller, 2022). Desain adalah bagian penting dari produk, bukan hanya tampilannya. Desain dikatakan baik adalah desain yang memengaruhi fungsi dan kegunaan produk selain tampilannya. bentuk, gaya yang unik, variasinya, serta up to date adalah indikator desain produk yang dipakai dalam penelitian tersebut. (Kotler & Keller, 2022).

Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

Keputusan pembelian konsumen memiliki hubungan erat dengan kualitas serta desain produk. Laila et al. (2018) mengatakan kualitas produk dan desain produk secara bersamaan berdampak besar terhadap keputusan pembelian konsumen, karena sangat berarti bagi persepsi konsumen terhadap berbagai aspek terkait produk menentukan keputusan mereka.

Kualitas dapat didefinisikan sebagaimana kombinasi semua fitur dan sifat barang serta jasa layanan yang menentukan kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. (Kotler & Keller, 2022). Pada penelitian Rincel Dwi Rahayu dan Lidya Martha (2024) mengatakan kualitas dari sebuah produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Desain dapat diartikan sebagai gabungan seluruh elemen dalam produk yang menentukan tampilan, kenyamanan saat digunakan, serta cara kerja produk dalam memenuhi keinginan konsumen (Kotler & Keller, 2022). Penelitian Guntari dan Halim (2021) menyatakan keputusan pembelian sangat berdampak terhadap desain produk. Berdasarkan paparan tersebut, hipotesis penelitian tersebut dirumuskan sebagai berikut.

Ha₁. Kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. Jati Aji Kota Pasuruan.

Ha₂. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. Jati Aji Kota Pasuruan.

Ha₃. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. Jati Aji Kota Pasuruan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan kausal antara kedua variabel independen yakni kualitas produk (X₁) serta desain produk (X₂) dengan variabel dependen yakni keputusan pembelian (Y). Lokasi dalam penelitian tersebut adalah mebel UD. Jati Aji, yang terletak di Jalan Margo Taruno Ngegot, Kelurahan Kebonagung, Kecamatan Purworejo, Kota Pasuruan. Penelitian tersebut melihat 60 pelanggan UD. Jati Aji. Mengingat populasi yang relatif kecil, memakai sampling jenuh (Sugiyono, 2023), sehingga total populasi sebanyak 60 responden dijadikan sampel penelitian.

Perolehan data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner lalu disebarkan secara langsung maupun secara daring melalui Google Form kepada seluruh konsumen UD. Jati Aji, serta didukung dengan teknik dokumentasi dan studi kepustakaan. Untuk mengukur tingkat persetujuan responden pada indikator masing-masing variabel, dengan penggunaan instrumen skala likert lima poin, di mana 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju (Sugiyono, 2023).

Analisis tersebut dilakukan menggunakan program SPSS, meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linieritas), analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), serta pengujian hipotesisnya menggunakan uji F (simultan), uji t (parsial). Modelnya regresi linier berganda yang digunakan mengikuti persamaan $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$, dengan Y sebagai keputusan pembelian, α sebagai konstanta, β_1 dan β_2 sebagai koefisien regresi, X_1 sebagai kualitas produk, dan X_2 sebagai desain produk (Sugiyono, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, seperti yang ditunjukkan oleh skor r-hitung yang lebih besar dari nilai r-tabel, yaitu 0,2542, maka hasil uji tersebut menunjukkan bahwa poin pernyataan di ketiga variabel secara keseluruhan valid. Dengan demikian, setiap pernyataan benar. Akibatnya, data saya digunakan untuk melakukan analisis data. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan skor Cronbach's Alpha 0,844 untuk variabel kualitas produk, variabel desain produk 0,848, dan variabel keputusan pembelian 0,877. Instrumen penelitian tersebut bisa dianggap konsisten dan dapat diandalkan karena semua nilainya melebihi 0,60. (Ghozali, 2023).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Indikator	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,844	5	Konsisten
Desain Produk (X_2)	0,848	4	Konsisten
Keputusan Pembelian (Y)	0,877	5	Konsisten

Sumber: Data diolah, 2026.

Deskripsi Responden

Objek penelitian tersebut adalah seluruh pelanggan mebel UD. Jati Aji Kota Pasuruan yang berjumlah 60 responden. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, mayoritas pelanggannya adalah laki-laki (75%) sedangkan sisanya perempuan (25%). Berdasarkan usianya, mayoritas responden berada di rentang yang berusia 33-37 tahun (23,3%), diikuti rentang usia 38-42 tahun dan 43-47 tahun (masing-masing 20%). Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh wirausaha (45%), diikuti oleh pekerjaan lain-lain (20%), PNS (18,3%), guru (10%), dan TNI (6,7%). Berdasarkan domisili, mayoritas responden berasal dari Kota Pasuruan (55%) dan Kabupaten Pasuruan (24%), dengan sisanya berasal dari Surabaya, Probolinggo, dan Mojokerto.

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	75,0
	Perempuan	15	25,0
Usia	33-37 tahun	14	23,3
	38-42 tahun	12	20,0
	43-47 tahun	12	20,0
Pekerjaan	Wirausaha	27	45,0

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
	PNS	11	18,3
	Lain-lain	12	20,0
	Guru	6	10,0
	TNI	4	6,7
Domisili	Kota Pasuruan	33	55,0
	Kabupaten Pasuruan	15	25,0
	Surabaya	7	11,7
	Probolinggo	4	6,7
	Mojokerto	1	1,7

Sumber: Data diolah, 2026.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas dengan Sampel Satu Kolmogorov-Smirnov memiliki skor signifikan sebesar $0,097 > 0,05$, yang berarti data residual di penelitian tersebut sangat normal. Hasil pengujian multikolinearitas yang dimana menghasilkan skor toleransi sebesar 0,763 (lebih dari 0,10) dan nilai VIF sebesar 1,311 (lebih dari 10,00), yang mengartikan bahwa tidak berdampak terhadap multikolinearitas. Hasil uji linieritas menunjukkan nilai deviasi dari linearitas 0,066 untuk hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian dan 0,136 untuk hubungan desain produk dengan keputusan pembelian, keduanya di atas 0,05, menunjukkan bahwa model regresinya tidak dipengaruhi oleh heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan analisis pada regresi linier berganda tersebut bertujuan untuk melihat seberapa besar dampak kualitas produk (X1) serta desain produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	Koefisien Beta (Std.)	Signifikansi
Konstanta	5,798	-	0,039
Kualitas Produk (X1)	0,135	0,136	0,324
Desain Produk (X2)	0,734	0,131	0,000

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil pengujian menghasilkan persamaan pada regresi tersebut yaitu sebagai berikut: $Y = 5,798 + 0,135 X_1 + 0,734 X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwasannya dengan adanya asumsi kualitas produk konstan, dalam setiap tingkatan satuan pada variabel kualitas tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,135 satuan. Sebaliknya, dengan adanya asumsi kualitas produk konstanta, setiap tingkatan kesatuan pada variabel desain produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,734 satuan. Menurut hasil skor koefisien regresi yang diperoleh, desain produk berkontribusi lebih banyak daripada kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R Square)

Hasil dari pengujian koefisien determinasi tersebut menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan desain produk dapat memberikan kontribusi sebesar 46,4%, kontribusi tersebut yang menunjukkan faktor cukup penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Namun mengingat perilaku konsumen

dipengaruhi oleh berbagai aspek, masih terdapat faktor lain seperti harga dan lokasi yang juga berperan dalam menentukan keputusan pembelian. Sehingga sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut dengan memberikan kontribusi sebesar 53,6%.

Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian dari uji F, dapat dijelaskan bahwa kualitas produk dan desain produk secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil nilai F hitung sebesar 24,645 dengan tingkatan signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada mebel UD Jati Aji Kota Pasuruan.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengujian	Nilai Uji	Signifikansi	Keterangan
H1	Kualitas Produk & Desain Produk → Keputusan Pembelian (Simultan)	F = 24,645	0,000	Diterima
H2	Kualitas Produk → Keputusan Pembelian (Parsial)	t = 0,996	0,324	Ditolak
H3	Desain Produk → Keputusan Pembelian (Parsial)	t = 5,585	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji parsial (uji t) menunjukkan pada variabel kualitas produk mempunyai skor signifikansi 0,324 (lebih besar dari 0,05), yang berarti H2 ditolak, karena menunjukkan kualitas sebuah produk tidak berdampak terhadap keputusan pembelian secara signifikan. Sebaliknya, variabel desain produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05), sehingga H3 diterima, mengindikasikan desain produk berdampak pada keputusan pembelian secara signifikan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian tersebut mengindikasikan kualitas produk dan desain sebuah produk secara simultan memiliki pengaruh signifikansi pada keputusan pembelian, dengan kontribusi sebesar 46,4%. Penemuan tersebut memiliki kesamaan dengan pengujian dari Hidayatulloh et al. (2020) yang dimana pada variabel kualitas dan desain sebuah produk secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel UD. Hartani Jaya, serta penelitian Guntari dan Halim (2021) pada produk Envygreen Skincare. Kualitas produk memberikan jaminan terhadap fungsi dan manfaat, sedangkan desain produk memberikan daya tarik visual dan kenyamanan penggunaan, sehingga keduanya saling melengkapi dalam membentuk persepsi nilai konsumen.

Secara parsial, variabel kualitas sebuah produk tidak terbukti adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena kondisi tersebut dapat dijelaskan karena responden mebel UD. Jati Aji cenderung menganggap kualitas produk sebagai sesuatu yang sudah standar, dengan tingkat penilaian yang tinggi pada seluruh indikator (rata-rata 88,33%), sehingga bukan lagi menjadikan faktor pembeda utama dalam menentukan keputusan pembelian. Temuan ini konsisten dengan penelitian Kartika et al. (2025) dan Supriyadi dan Wahyu Wiyani (2017) yang juga menemukan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena kualitas

produk yang ditawarkan sudah dianggap memadai oleh konsumen sehingga tidak lagi menjadi pertimbangan pembeda.

Sebaliknya, desain produk yang terbukti berdampak secara signifikan terhadap keputusan pembelian, karena koefisien regresinya lebih besar dibandingkan kualitas produk. Hasil tersebut sejalan dengan penemuan Kotler dan Keller (2022) yang mengatakan bahwa desain produk merupakan faktor penting yang mampu menarik perhatian konsumen dan bertujuan untuk meningkatkan minat beli, serta penelitian Saidani Basrah et al. (2013) dan Laila et al. (2018) yang menemukan hasil yang sama, menurut analisis deskriptifnya, indikator model desain produk memiliki nilai persentase paling rendah yakni (80,66 persen), diikuti oleh indikator up-to-date (81%) dan variasi (82%). Ini menunjukkan bahwa desain produk UD. Jati Aji belum sepenuhnya optimal, terutama dalam hal pembaruan dan keunikan model yang sesuai dengan tren pasar.

KESIMPULAN

Penelitian tersebut bertujuan untuk mempelajari bagaimana kualitas produk dan desain produk berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli mebel di UD. Jati Aji Kota Pasuruan. Hasil tersebut mengindikasikan desain produk dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kontribusi sebesar 46,4%. Namun, kualitas produk tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Hasilnya menunjukkan bahwa konsumen dalam industri mebel skala lokal, khususnya mebel UD. Jati Aji Kota Pasuruan, lebih memilih desain produk daripada kualitas produk.

Secara praktis, UD. Jati Aji disarankan dalam mengembangkan sebuah produk, dan harapan konsumen untuk lebih meningkatkan kualitas barang dari segi kehandalan dan kesesuaian di dalam pengerjaan membuat suatu produk dan untuk desain diharapkan lebih mengikuti tren saat ini yang diinginkan para konsumen di masa akan mendatang. Bagi penelitian selanjutnya karena hasil dari penelitian hanya berfokus pada kedua variabel, yaitu kualitas produk dan desain produk, maka diupayakan dapat dilakukan pengembangan penelitian yang lebih mendalam terhadap variabel kualitas produk dan desain produk tersebut, disarankan untuk menambahkan variabel tambahan, seperti harga dan lokasi. Kualitas produk dan desain produk hanya dapat menjelaskan 46,4% variasi dalam keputusan pembelian, dan 53,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Syahailatua, G., & Maura, Y. (2024). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Consumer Satisfaction for MSMEs Yogi Homebird Bird Cage. *JHR 247: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 247(3), 16-29.
- Anggraini, R. (2023). Marketing Dan Strategi Diferensiasi. *Journal of Business Finance and Economic (JBFE)*, 4.
- Arsita, & Others. (2025). The Effect of Product Quality on Purchase Decisions with Customer Reviews and Ratings. *Economic: Journal Economic and Business*, 6(1), 101-110.
- Frintika, M. T., & Rachmawati, I. (2023). The Influence of E-WOM, Brand Image, Product Features, and Product Price on Purchase Intention for the Samsung Galaxy S23 Smartphone in Indonesia. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 117-130.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2023). Partial Least Square Smart PLS 4.0. Bab III Metoda Penelitian.

- Guntari, D. A., & Halim, F. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Envygreen Skincare).
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ, 1-10.
- Kartika, et al. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pakaian di Toko Serba 35.000 Bima.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Laila, et al. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo.
- Rincel Dwi Rahayu, & Lidya Martha. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang.
- Saidani Basrah, et al. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas di Jakarta Timur.
- Sanusi, A. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). Consumer Behavior (11th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Supriyadi, & Wahyu Wiyani. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sepatu Merek Converse.
- Tjahyono. (2020). [Kajian mengenai potensi ekonomi daerah dan industri mebel].
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian (2nd ed.). Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa. Prinsip, Penerapan dan Penelitian (2nd ed.). Penerbit ANDI Yogyakarta.