

---

# Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Distro Myhem Store di Denpasar

Gusti Ngurah Agung Gede Yuda Putra <sup>(1)</sup>

I Wayan Suartina <sup>(2)</sup>

Gede Indra Surya Diputra <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia, [agungyuda379@gmail.com](mailto:agungyuda379@gmail.com)

## ABSTRACT

*Purchasing decisions play an important role for the survival and development of a company, as well as a product because consumers ultimately decide to choose at least one choice among at least two available options. Purchase decisions can be influenced by product design and brand image owned by a product. The purpose of this study was to determine the effect of product design and brand image on purchasing decisions. This research was conducted at the Myhem Store Distro in Denpasar with a total population of 960 consumers. Determination of the number of samples was carried out using the slovin formula so that the number of samples was determined to be 91 respondents. The sampling technique used is purposive sampling. Primary data collection was carried out using a questionnaire. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis, t test, F test and analysis of determination. Based on the results of the analysis, it can be concluded that: (1) product design has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) brand image has a positive and significant effect on consumer satisfaction, (3) product design and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Purchase Decision, Product Design, Brand Image*

## ABSTRAK

Keputusan pembelian memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup dan perkembangan suatu perusahaan, begitu juga dengan sebuah produk karena konsumen pada akhirnya memutuskan untuk memilih setidaknya satu pilihan di antara minimal dua pilihan yang tersedia. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh desain produk dan citra merek yang dimiliki oleh suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada Distro Myhem Store di Denpasar dengan jumlah populasi sebanyak 960 konsumen. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sehingga ditetapkan jumlah sampel sebanyak 91 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan analisis determinasi. Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa: (1) desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) desain produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Keputusan Pembelian, Desain Produk, Citra Merek*

---

## Pendahuluan

Pada hakekatnya seluruh perusahaan berusaha agar dapat memimpin pasar sehingga perusahaan dituntut agar dapat lebih kreatif dalam menerapkan strategi pemasaran guna menarik minat calon konsumen maupun mempertahankan pelanggannya. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengintegrasian dalam mengkombinasi sikap pengetahuan guna mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, serta memilih salah satu diantaranya (Narottama & Moniaga, 2022). produk yang di desain dengan baik maka akan memenangkan perhatian dan penjualan (Tannia & Yulianthini, 2021). Desain produk adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk yang berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan pesaing produk (Pratami *et al.*, 2020).

Citra merek dapat dikatakan sebagai *brand* yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk dalam keputusan pembelian sehingga semakin baik citra merek, semakin besar peluang terhadap keputusan pembelian (Sudrajat *et al.*, 2020). Citra merek dapat didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari hal – hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang dan jasa pesaing (Miati, 2020). *Brand image* menjadi yang sangat penting diperhatikan oleh perusahaan, melalui *brand image* yang baik, maka dapat menimbulkan nilai emotional pada diri konsumen, dimana akan timbulnya perasaan positif (*positif feeling*) pada saat membeli atau menggunakan suatu merek (Dwi & Safavi, 2021).

Produk *fashion* saat ini berkembang sangat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan tren yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan fashion yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga bergaya dan trendi karena pakaian adalah salah satu mesin komunikasi atau sarana komunikasi dalam masyarakat, maka masyarakat sadar atau tidak sadar bisa menilai kepribadian seseorang dari apa yang dipakainya atau lebih spesifiknya pakaian merupakan ekspresi identitas pribadi. Perkembangan distro sangat erat kaitannya dengan kreatifitas anak muda dalam mendesain produk untuk komunitas anak muda itu sendiri, sehingga mereka rajin membuat desain produk baru dan melakukan kegiatan promosi yang berhubungan dengan komunitasnya, seperti mensponsori pertunjukkan, pentas musik, perlombaan, dan lain-lain.

Mayhem Store adalah sebuah concept store distro yang berdiri sejak tahun 2012. Usaha bisnis yang berada di pusat kota Denpasar di Jl. Tukad Barito No. 20a Panjer Denpasar Bali. Distro Mayhem ini terlihat berbeda bila di bandingkan dengan distro yang lain mulai dari desain

interiornya hingga konsep distro yang membedakan. Mayhem store memiliki beberapa detail kreatif gantungan tas atau jaket yang berbeda, serta perubahan logo merek yang kini ditampilkan dengan menggunakan papan kapur. Dengan menggunakan konsep yang berbeda bila dibandingkan dengan distro lain yang ada di Denpasar, Mayhem berhasil membuat suatu tren fashion yang menghubungkan antara clothing dengan musik. Saat ini Mayhem menjadi salah satu merek yang paling terkemuka dan terkenal di kalangan anak-anak muda di Indonesia. Berikut akan ditampilkan data penjualan produk Mayhem selama bulan Januari hingga Desember 2021.

**Tabel 1. Data Penjualan Produk Di Distro Mayhem Store Di Denpasar Pada Tahun 2021**

| Bulan        | Produk Yang Terjual (Pcs) | Produk Yang Terjual (Rp) |
|--------------|---------------------------|--------------------------|
| Januari      | 152                       | 53.200.000               |
| Febuari      | 142                       | 49.700.000               |
| Maret        | 159                       | 55.650.000               |
| April        | 129                       | 45.150.000               |
| Mei          | 119                       | 41.650.000               |
| Juni         | 115                       | 40.250.000               |
| Juli         | 120                       | 42.000.000               |
| Agustus      | 139                       | 48.650.000               |
| September    | 117                       | 40.950.000               |
| Oktober      | 109                       | 38.150.000               |
| November     | 98                        | 34.300.000               |
| Desember     | 108                       | 37.800.000               |
| <b>Total</b> | <b>1.480 pcs</b>          | <b>Rp. 527.450.000</b>   |

Sumber: Distro mayhem (2022)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Distro Mayhem Store di Denpasar menjual berbagai jenis produk Mayhem untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun jumlah produk yang terjual di Distro Mayhem Store di Denpasar dari bulan Januari 2021 sampai Desember 2021 adalah sebanyak 1.480 pcs dengan produk yang terjual sebesar Rp. 527.450.000. Naik turunnya jumlah penjualan yang terjadi diduga dikarenakan desain dari produk yang dimiliki Mayhem belum mampu memenuhi keinginan para konsumennya sehingga produk dari Distro lain yang desainnya lebih unggul mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk di Distro tersebut. Sehubungan dengan hal tersebut perusahaan harus mampu memperbaiki desain produknya menjadi lebih menarik dan meningkatkan citra merek secara terus menerus melakukan promosi sehingga produk Mayhem lebih dikenal oleh calon konsumen. Tentunya hal ini perlu mendapatkan perhatian dan akan menjadi menarik untuk diteliti. Permasalahan yang terjadi pada Mayhem store tak lepas dari keputusan pembelian konsumen atau calon konsumen atas merek Mayhem di Mayhem store.

---

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Distro Mayhem Store di Denpasar maka rumusan masalah dan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk pada distro Myhem Store.

Kotler & Keller (2018) menyatakan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk dapat dilihat, dirasakan, dan berfungsi bagi pelanggan. Desain yang baik dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilannya (Pratami *et al.*, 2020). Tujuan utama dari desain produk dalam konteks industri adalah membantu atau memudahkan pengembangan sebuah produk agar sesuai dengan tujuan atau konsep pembuatannya (Tulong *et al.*, 2022). Adapun beberapa indikator untuk mengukur desain produk, yaitu : 1) Model terbaru, 2) Warna, 3) Variasi desain.

Fadli *et al.*, (2020) mendefinisikan citra merek sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek, karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat (Yunaida, 2018). Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya, saat perbedaan dan keunggulan merek dihadapkan dengan merek lain (Larasati & Suryoko, 2020). Adapun indikator dari citra merek menurut Putra & Satrio (2020) dapat dilihat dari: 1) Keunggulan asosiasi merek, 2) Kekuatan asosiasi merek, 3) Keunikan asosiasi merek.

Tjiptono (2018) menyatakan keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenali masalahnya kemudian mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan melakukan valuasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Adapun indikator yang digunakan dalam keputusan pembelian secara rinci diuraikan Arianto (2020) sebagai berikut : 1) Pengenalan Masalah (*Needs Recognition*), 2) Pencarian Informasi (*Information Search*), 3) Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternative*), 4) Keputusan Membeli (*Purchases Design*), 5) Perilaku Pasca Pembelian (*Post Purchases Behaviour*).

Berdasarkan uraian teori di atas, maka hipotesis pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil temuan yang dilakukan peneliti terdahulu seperti Tannia & Yulianthini (2021), Saragih & Bongsu (2018), Handayani *et al.*, (2020), Yunita & Parjono (2017), Pratami *et al.*, (2020), Ansah (2017) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian. Hasil temuan tersebut memiliki arti jika suatu perusahaan mampu

---

mengeluarkan produk dengan desain model terbaru dipadukan dengan warna yang dapat digunakan oleh semua golongan umur serta adanya variasi desain akan berhasil membangun persepsi positif di benak anggota maka keputusan pembelian akan meningkat. Dari uraian tersebut, hipotesis pertama yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap Distro Mayhem Store di Denpasar.

## 2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian

Hasil temuan yang dilakukan peneliti terdahulu seperti Sudrajat *et al.*, (2020), Dilasari & Zubadi (2020), Miati (2020), Saputra *et al.*, (2022), Nadiya & Wahyuningsih (2020), Puspita & Rahmawan (2021), Sudrajat *et al.*, (2020), Anam *et al.*, (2021) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Hasil temuan tersebut memiliki arti bahwa jika suatu perusahaan mampu membangun citra positif maka keputusan pembelian akan meningkat. Dari uraian tersebut, hipotesis kedua yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H2 : Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Mayhem Store di Denpasar.

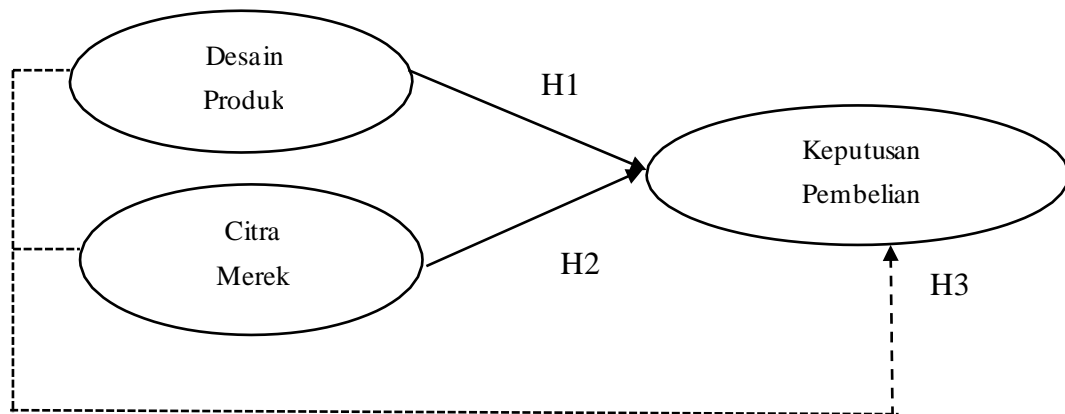
## 3. Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian

Hasil temuan yang dilakukan peneliti terdahulu seperti Ansah (2017) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Hasil temuan tersebut memiliki arti dengan adanya produk dengan desain yang unik disertai dengan efektifnya strategi perusahaan dalam membangun image positif akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari uraian tersebut, hipotesis ketiga yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H3 : Desain produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Distro Mayhem Store di Denpasar.

## Metode Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Distro Mayhem Store yang beralamat di Jalan Tukad Barito No. 20A, Panjer, Denpasar, Bali. Objek dalam penelitian ini adalah desain produk, citra merek dan keputusan pembelian. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

Sumber: Ansah (2017)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah: 1) data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian; 2) data sekunder yang diperoleh dari sumber tidak langsung dari Distro Mayhem Store di Denpasar dapat berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah seluruh anggota di Distro Mayhem Store di Denpasar sebanyak 91 orang. Metode yang digunakan dalam menentukan sampel adalah *purposive sampling* dengan kriteria pemilihan sampel berusia 16-40 tahun dan pendidikan minimal SMA dengan harapan jawaban yang didapat lebih obyektif. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Selanjutnya apabila model regresi telah memenuhi syarat uji asumsi klasik maka akan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan menggunakan model regresi linear berganda.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik dapat dinyatakan bahwa model regresi telah memenuhi syarat uji asumsi klasik maka akan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan menggunakan model regresi linear berganda. Uji regresi linear berganda terhadap 2 (dua) variabel bebas yaitu desain produk dan citra merek dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

| Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)      | 1,977                       | ,767       |                           | 2,576  | ,012 |
| Desain Produk     | ,656                        | ,043       | ,807                      | 15,171 | ,000 |
| Citra Merek       | ,108                        | ,034       | ,167                      | 3,137  | ,002 |
| F hitung : 39,370 |                             |            |                           |        |      |
| R: 0,915          |                             |            |                           |        |      |
| R Square: 0,838   |                             |            |                           |        |      |

Sumber: data diolah, (2022)

Berdasarkan tabel 2 di atas maka model regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = 1,977 + 0,656X_1 + 0,108X_2 + e \dots \dots \dots (2)$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) Koefisien  $b_1$  variabel desain produk bersifat (+) sebesar 0,656 artinya ada pengaruh positif variabel desain produk terhadap keputusan pembelian; 2) Koefisien  $b_2$  variabel citra merek bersifat (+) sebesar 0,108 artinya ada pengaruh positif variabel citra merek terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis determinasi pada Tabel 2, dapat diketahui nilai koefisien determinasi (D) sebesar  $0,838 \times 100$  persen = 83,8 persen. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa motivasi kerja, disiplin kerja dan kompensasi kerja mampu menjelaskan sebesar 83,8 persen terhadap keputusan pembelian pada Distro Mayhem Store di Denpasar, sedangkan sisanya sebesar 16,2 persen dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas pada analisis ini seperti *store atmosphere*, harga, promosi dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan uji-t pada tabel 2, variabel desain produk memiliki t-hitung sebesar  $t_{hitung} (15,171) > t_{tabel} (1,986)$  nilai sig.  $0,000 < \alpha 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Distro Mayhem Store di Denpasar. Implikasi pada penelitian ini akan terlihat ketika pihak Distro Myhem Store Denpasar mampu meningkatkan komponen-komponen yang ada dalam desain produk seperti mengeluarkan produk-produk terbaru dengan warna-warna yang dapat digunakan oleh semua kalangan sehingga keputusan pembelian pada Distro Myhem Store di Denpasar akan semakin meningkat. Hasil temuan tersebut mendukung hasil temuan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Tannia & Yulianthini (2021), Saragih & Bongsu (2018), Handayani *et al.*, (2020), Yunita & Parjono (2017), Pratami *et al.*, (2020), Ansah (2017) yang membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel desain produk terhadap keputusan pembelian.

---

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan uji-t pada tabel 2, variabel kualitas pelayanan memiliki  $t_{hitung} (3,137) > t_{tabel} (1,986)$  nilai sig.  $0,002 < \alpha 0,05$  sehingga dapat dinyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Distro Mayhem Store di Denpasar. Implikasi pada penelitian ini akan terlihat ketika pihak Distro Myhem Store Denpasar mampu meningkatkan komponen-komponen yang ada dalam citra merek seperti selalu melakukan inovasi dengan mengeluarkan produk-produk terbaru yang memiliki model terkini sesuai dengan perkembangan mode terkini yang menjadi salah satu daya tarik sehingga keputusan pembelian pada Distro Myhem Store di Denpasar akan semakin meningkat. Hasil temuan tersebut mendukung hasil temuan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Sudrajat *et al.*, (2020), Dilasari & Zubadi (2020), Miati (2020) yang membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menggunakan uji-f pada tabel 2, dapat diketahui bahwa desain produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Distro Mayhem Store di Denpasar. Hal ini dibuktikan dengan didapatkannya nilai  $F_{hitung} (227,477) > F_{tabel} (3,10)$  dan nilai sig.  $0,000 < \alpha 0,05$ , artinya apabila desain produk dan citra merek semakin meningkat maka keputusan pembelian Distro Mayhem Store di Denpasar juga akan semakin meningkat. Implikasi penelitian ini akan terlihat ketika penerapan faktor-faktor yang terkandung dalam desain produk dipadukan dengan citra merek akan memunculkan keputusan pembelian yang tinggi pada Distro Myhem Store Denpasar. Hasil temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ansah (2017) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian

## Simpulan

Simpulan dalam penelitian adalah sebagai berikut: 1) desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) desain produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Adapun saran yang dapat peneliti berikan yaitu: 1) terkait dengan keputusan pembelian, disarankan kepada Distro Mayhem Store di Denpasar menjalankan kegiatan promosi penjualan dengan memberikan potongan harga. Selain itu, disarankan Distro Myhem Store Denpasar untuk terus kreatif dan inovatif dalam merancang promosi penjualan dalam upaya mempengaruhi serta menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang besar; 2) terkait



---

dengan desain produk, disarankan kepada Distro Mayhem Store di Denpasar untuk menambahkan dan memperbanyak jenis produk terutama untuk *big size* dalam persediaan produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen; 3) terkait dengan citra merek, disarankan kepada pimpinan Distro Mayhem Store di Denpasar untuk memperbaiki ataupun mengganti bahan dengan yang halus dan dapat menyerap keringat sehingga konsumen merasa nyaman ketika memakai pakaian tersebut.

### Daftar Pustaka

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra ( Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga ). *Muhammad Syariful Anam.*, 4(1), 120–136.
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2211>
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Dilasari, Y. S. R., & Zubadi, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store Di Kota Magelang. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*, 02.
- Dwi, V., & Safavi, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 142–150.
- Fadli, A., Sugina, S., & Rahmadona, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Multi Karya Perkasa. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia*, 1(2), 89–99. <https://doi.org/10.33050/jmari.v1i2.1137>
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketting Management* (Prentice Hall Internasional (ed.)). New Jersey.
- Larasati, F., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 530–538.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 190–199.

- 
- Pratami, N. L. K. D., Trianasari, & Atidira, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26187>
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
- Putra, T. A., & Satrio, R. B. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan R Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(10), 1–21.
- Saputra, R., Hakim, L., & Ukhriyawati, C. F. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 2(1), 24–37.
- Saragih, & Bongsu. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Sudrajat, A., Nuraini, & Hamidi. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i1.392>
- Tannia, P. V., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 88–94.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran* (Edisi Empat). Andi Offset.
- Tulong, D. R. P., Areros, W. A., Program, L. F. T., & Bisnis, S. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*, 3(1), 36–40. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37987>
- Yunaida, E. (2018). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Yunita, S. M., & Parjono. (2017). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Manik- Manik Di Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 01(01).