

---

## Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Kepuasan Konsumen Srimelanting Decoration di Ubud

Komang Gde Tris Cahyadi<sup>(1)</sup>

I Gede Putu Kawiana<sup>(2)</sup>

Ida I Dewa Ayu Yayati Wilya Dewi<sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia  
E-mail: komangtriscahyadi21@gmail.com

### ABSTRACT

*Every business must have an orientation towards customer satisfaction because of the intense competition that occurs as more and more producers participate in meeting consumer needs and aspirations. Various elements, including product design and quality, impact consumer happiness. The aim of this research is to determine the relationship between product design and quality and the level of satisfaction experienced by customers at Srimelanting Decoration. An approach known as quantitative research techniques was used for this research. The Srimelanting decoration was used as a research location. Customers who have purchased Srimelanting Decorations are included in the research population, and the sample size for this research is eighty people who have responded to the survey. Several validity and reliability tests, as well as classical assumption tests, coefficient of determination, t test, and F test were used in the analysis of this research data. So be it. The research results show that customer happiness is significantly influenced by product quality. Moreover, product design significantly influences customer happiness in a beneficial way. The percentage is 66.8% based on product quality and design.*

**Keywords:** *Product Quality, Product Design, Consumer Satisfaction*

### ABSTRAK

Setiap pelaku usaha harus mempunyai orientasi terhadap kepuasan pelanggan karena ketatnya persaingan yang terjadi seiring dengan semakin banyaknya produsen yang ikut serta dalam memenuhi kebutuhan dan aspirasi konsumen. Berbagai elemen, termasuk desain dan kualitas produk, memengaruhi kebahagiaan konsumen. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memastikan bagaimana desain produk Srimelanting Dekorasi mempengaruhi kualitas dan kebahagiaan klien mereka. Pendekatan yang dikenal sebagai teknik penelitian kuantitatif digunakan untuk penelitian ini. Hiasan Srimelanting digunakan sebagai lokasi penelitian. Pelanggan yang pernah melakukan pembelian Srimelanting Dekorasi termasuk dalam populasi penelitian, dan jumlah sampel pada penelitian ini adalah delapan puluh orang yang menjawab survei. Beberapa uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji t, dan uji F digunakan dalam analisis data penelitian ini. Jadilah itu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebahagiaan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk. Selain itu, desain produk secara signifikan mempengaruhi kebahagiaan pelanggan dengan cara yang menguntungkan. Persentasenya sebesar 66,8% berdasarkan kualitas produk dan desain.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Desain Produk, Kepuasan Konsumen*

## Pendahuluan

Ketika persyaratan dan harapan pelanggan terpenuhi, mereka akan merespons dengan sentimen atau penilaian tentang bagaimana produk tersebut digunakan (Tjiptono, 2017:45). Hal ini dikenal dengan kepuasan konsumen. Banyak elemen, termasuk desain dan kualitas produk, berdampak pada kebahagiaan konsumen. Kualitas produk, yang merupakan perpaduan antara pelaporan, ketidakkuratan, Kenyamanan dan pemeliharaan produk merupakan ukuran kualitas dan kemampuan suatu produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Menjadi berkualitas berarti memenuhi atau melampaui harapan klien. Fungsionalitas suatu produk, termasuk desain umum, kelancaran, kemudahan penggunaan dan pemeliharaan, serta fitur penting lainnya, terkait langsung dengan kualitasnya. Faktor-faktor yang berhubungan dengan desain produk dapat mempengaruhi kebahagiaan pelanggan. Desain produk adalah upaya yang dilakukan untuk membuat suatu produk menonjol dari yang lain dengan memberikan tampilan yang berbeda dan menarik.

Industri jasa adalah rumah bagi Srimelanting Dekorasi, sebuah perusahaan yang mengkhususkan diri dalam dekorasi acara untuk acara-acara khusus seperti pernikahan, upacara adat Bali, event musik. Saat ini jasa dekorasi memegang peranan penting, dekorasi memiliki ciri khas yang menandakan bahwa adanya pesta ditempat tersebut. Konsumen kini memandang dekorasi lebih dari sekadar cara untuk membuat ruangan terlihat bagus; hal ini juga dapat memberikan dampak yang menguntungkan pada emosi orang-orang yang ada di dalam ruangan. Srimelanting Decoration menyediakan dekorasi dengan menggunakan bahan alami seperti anyaman dari daun kelapa dan daun pandan yang dimodifikasi menjadi berbagai bentuk dan diberi tambahan variasi bunga.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Srimelanting Decoration diperoleh data keluhan konsumen Srimelanting Decoration pada Tahun 2022 sebagai berikut:

**Tabel 1 Data Keluhan Konsumen Pada Tahun 2022**

| No | Bulan     | Jumlah Keluhan<br>(Orang) | Jenis Keluhan  |
|----|-----------|---------------------------|--|
| 1  | Januari   | 5                         | Bentuk dekorasi yang sama, gaya (style) dekorasi yang kurang sesuai dengan permintaan, perbaikan yang memakan waktu lama |
| 2  | Februari  | 7                         | Bunga yang digunakan mudah layu, pengkolaborasi warna yang kurang, bentuk dekorasi yang sama                             |
| 3  | Maret     | 5                         | Fitur teknologi yang masih terbatas, ketahanan bunga yang digunakan kurang, desain yang monoton                          |
| 4  | April     | 4                         | Desain yang sama, dekorasi pada kursi mudah rusak  |
| 5  | Mei       | 4                         | Penyesuaian bentuk yang kurang, terkadang kurang sesuai dengan permintaan  |
| 6  | Juni      | 4                         | Beberapa bahan yang digunakan tidak fresh  |
| 7  | Juli      | 4                         | Desain tidak memiliki ciri khas  |
| 8  | Agustus   | 7                         | Kualitas bahan kurang baik   |
| 9  | September | 6                         | Harga yang mahal, komunikasi dengan klien kurang   |
| 10 | Oktober   | 6                         | Tidak fast respon, bentuk dekorasi sama  |

---



---

|               |          |    |   |
|---------------|----------|----|---|
| 11            | Nopember | 8  | Pengerjaan yang lama, terkadang terjadi penguluran waktu pengerjaan |
| 12            | Desember | 3  | Bentuk dekorasi yang sama, bahan tidak fresh                        |
| Total Keluhan |          | 63 |   |

---

Sumber: Srimelanting Decoration, (2022)

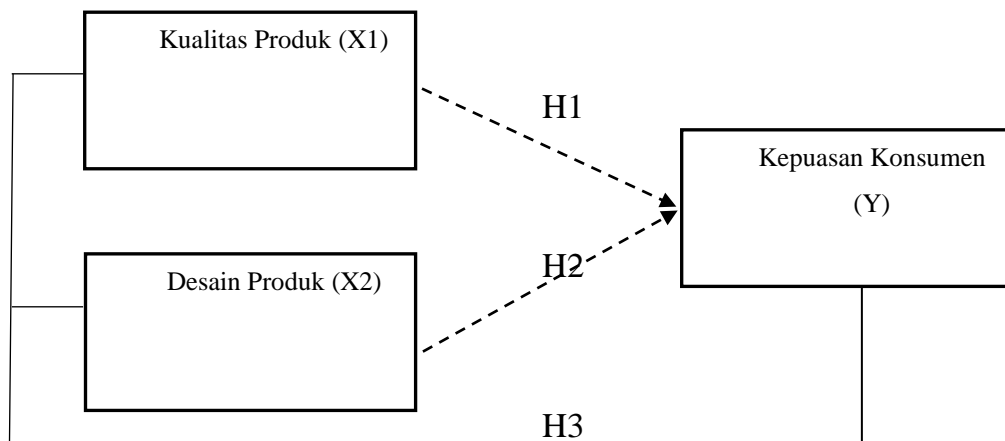
Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jenis keluhan terbanyak yang diterima oleh Srimelanting Decoration adalah kualitas produk dan desain produknya. Permasalahan kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen yaitu: beberapa konsumen mengeluhkan bahwa bentuk dekorasi yang sama dengan bentuk dekorasi dari jasa dekorasi lain, beberapa konsumen juga mengeluhkan kualitas bahan yang digunakan tidak fresh seperti anyaman dan bunga yang mudah layu, atau bahkan ada satu hingga lima bunga di setiap sudut yang layu, waktu perbaikan dekorasi yang lama.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnomo Edwin Setyo (2017), Gusviany Ayu Murti (2018), Khotim Fadhli, Nia Dwi Pratiwi (2021), Mahira, Prasetyo Hadi, Heni Nastiti (2021), Agus Sutardjo, Tifani Ratu Firdaus (2021) menyatakan bahwa Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Srimelanting Decoration. Berdasarkan teori dan hasil penelitian maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. H1 : Di Srimelanting Dekorasi, terdapat hipotesis bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup besar dan sebagian menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan.
2. H2 : Kebahagiaan pelanggan di Srimelanting Dekorasi dikatakan dipengaruhi secara signifikan dan sebagian oleh desain produk.
3. H3: Kepuasan konsumen pada Srimelanting Dekorasi diduga dipengaruhi secara positif dan signifikan baik oleh kualitas produk maupun desain produk.

### **Metode Penelitian**

Srimelanting Decoration yang berlokasi di Br. Pande, Sayan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Delapan puluh peserta menjadi ukuran sampel untuk penelitian ini. Seluruh pelanggan yang berkunjung ke Srimelanting Dekorasi dan pernah membeli barang dari Srimelanting Dekorasi dijadikan sampel penelitian dalam pendekatan sampling aksidental ini. Metode pengumpulan informasi meliputi kuesioner, wawancara langsung, dan observasi santai yang dilakukan di perpustakaan. Telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen pemancar yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan berbagai alat analisis data, antara lain analisis regresi linier berganda, uji t, uji determinasi, dan uji F. Model teoritis berikut mendasari penelitian ini:



### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji instrument dengan apabila diberikan kuesioner kepada 30 responden, maka dapat dikatakan indikatornya paling variabel pada penelitian ini dinyatakan valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,30. Dan hasil uji realibilitas instrument menyatakan seluruh instrument-instrumen variable pada penelitian ini semuanya dikatakan reliable karena Terdapat nilai alpha yang lebih besar dari 0,60 untuk setiap variabel.

**Tabel 2. Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 80                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 3.06796565              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .066                    |
|                                    | Positive       | .066                    |
|                                    | Negative       | -.052                   |
| Test Statistic                     |                | .066                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

Model dianggap memenuhi asumsi normalitas jika hasil uji normalitas seperti tersaji pada Tabel 2 menunjukkan nilai tanda tangan asimtotik (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

**Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas**

| Hasil Uji Heteroskedastisitas.<br>Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |  |       |      |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| Model   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  | T     | Sig. |
|   | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |      |
| 1 (Constant)  | 2.164                       | 1.009      |                           |  | 2.144 | .035 |
| Kualitas produk   | .006                        | .034       | .024                      |  | .160  | .873 |
| Desain produk   | .001                        | .036       | .002                      |  | .015  | .988 |

a. Dependent Variabel: Absolute\_Residual

Tabel 3 menunjukkan bahwa Setiap model mempunyai tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, juga tidak terdapat kesamaan varian antar observasi yang tersisa.

**Tabel 4. Uji Multikolonieritas**

| Hasil Uji Mutikolonieritas<br>Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |                         |           |       |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------------------------|-----------|-------|
| Model   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Collinearity Statistics |           |       |
|   | B                           | Std. Error | Beta                      | T     | Sig.                    | Tolerance | VIF   |
| 1 (Constant)  | .040                        | 1.601      |                           | .025  | .980                    |           |       |
| Kualitas produk   | .307                        | .054       | .495                      | 5.634 | .000                    | .559      | 1.788 |
| Desain produk   | .259                        | .057       | .400                      | 4.556 | .000                    | .559      | 1.788 |

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Seperti terlihat pada Tabel 4, Berdasarkan perhitungan VIF, setiap variabel independen memiliki nilai VIF di bawah 10, dan setiap variabel memiliki nilai toleransi lebih dari 0,10. Dengan demikian, tidak terdapat bukti adanya multikolonieritas pada model regresi yang dibangun.

**Tabel 5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

| Hasil Analisis Linier Berganda<br>Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |  |       |      |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| Model   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  | t     | Sig. |
|   | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |      |
| 1 (Constant)  | .040                        | 1.601      |                           |  | .025  | .980 |
| Kualitas produk   | .307                        | .054       | .495                      |  | 5.634 | .000 |
| Desain produk   | .259                        | .057       | .400                      |  | 4.556 | .000 |

Persamaan regresi untuk penelitian ini dapat dihasilkan dengan menggunakan persamaan di atas:  $Y = 0,040 + 0,307X_1 + 0,259X_2 + e$

Interprestasi dari koefisien regresi:

$a = 0,040$  Berdasarkan statistik, nilai konstanta sebesar 0,040 yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan tetap konstan sebesar 0,040 jika faktor yang berhubungan dengan kualitas produk (X1), desain (X2), dan desain (X3) tidak bervariasi.

$\beta_1 = 0,307$  Berdasarkan statistik terdapat koefisien kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,307 yang menguntungkan dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas produk (X1). Artinya, Akan ada peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,307 unit untuk setiap peningkatan kualitas produk, dengan asumsi semua faktor lainnya tetap konstan. Tidak ada yang diubah dengan cara yang sama.

$\beta_2 = 0,259$  Berdasarkan statistik, Dengan nilai sebesar 0,259 maka variabel desain produk (X2) berkorelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya adalah, setiap peningkatan satu unit desain produk, akan terjadi pula peningkatan satu unit kepuasan konsumen, dengan asumsi variabel lain tetap. Tidak ada yang berubah dalam hal itu.

**Tabel 6. Uji T**

| Hasil Uji Signifikan Persial (Uji t-Test) |                 |                             |            |                           |       |      |
|---|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                                     |                 | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           | t     | Sig. |
|   |                 | Unstandardized Coefficients | Std. Error | Standardized Coefficients |       |      |
| 1   | (Constant)      | .040                        | 1.601      |                           | .025  | .980 |
|   | Kualitas produk | .307                        | .054       | .495                      | 5.634 | .000 |
|   | Desain produk   | .259                        | .057       | .400                      | 4.556 | .000 |

Hasil Uji Signifikan Persial (Uji t-Test)

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) pada tabel sebelumnya diketahui bahwa:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Srimelanting Decoration  
Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Hal ini dikuatkan dengan nilai thitung sebesar

5,634 lebih kecil dari nilai ttabel sebesar 1,991 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 berada di bawah ambang batas 0,05. Data tersebut masuk dalam wilayah kesepakatan  $H_0$  karena nilai thitung melebihi nilai ttabel dan nilai signifikansi lebih rendah darinya. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa hipotesis  $H_1$  valid dan menolak hipotesis  $H_0$ . Sebagai hasilnya, disepakati bahwa hubungan antara kualitas produk ( $X_1$ ) dan kebahagiaan pelanggan ( $Y$ ) bersifat substansial dan agak positif. Menurutnya, pelanggan akan semakin puas dengan Srimelanting Dekorasi jika kualitas produknya lebih tinggi.

## 2. Pengaruh desain produk terhadap kepuasan konsumen pada Srimelanting Decoration

Berdasarkan temuan penelitian, ditetapkan bahwa desain produk memiliki dampak penting dan membantu dalam membuat pelanggan senang. Thitung = 4,556, lebih tinggi dari ttabel = 1,991, dan signifikansi = 0,000 pada tingkat 0,05 yang menyiratkan hal tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa data konsisten dengan hipotesis nol ( $H_0$ ). Dengan demikian  $H_2$  disetujui sedangkan  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, disepakati bahwa desain produk ( $X_2$ ) memiliki dampak yang penting dan menguntungkan terhadap kebahagiaan konsumen ( $Y$ ). Dengan demikian, semakin banyak kepuasan pelanggan terhadap Srimelanting Dekorasi yang dihasilkan dari perbaikan desain produk.

**Tabel 7. Uji F**

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |        |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | 1494.807       | 2  | 747.403     | 77.396 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual           | 743.581        | 77 | 9.657       |        |                   |
| Total              | 2238.388       | 79 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

## 3 Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen pada Srimelanting Decoration

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh aspek desain dan kualitas suatu produk, menurut penelitian. Terdapat selisih antara nilai Ftabel sebesar 3,12 dengan nilai Fhitung sebesar 77,396, serta antara nilai signifikansi 0,000 dengan nilai 0,05, hal ini menunjukkan hal tersebut. Karena tingkat signifikansinya berkurang dan nilai Fhitung lebih tinggi dari nilai Ftabel, maka temuan tersebut masuk dalam wilayah kesepakatan  $H_0$ . Oleh karena itu  $H_0$

ditolak, namun H3 disetujui. Hal ini menunjukkan bahwa pada uji satu sisi dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha$ ) = 5%, desain produk (X2) dan kualitas (X1) keduanya secara statistik berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan pelanggan (Y). Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen (Y) merupakan hasil dari peningkatan kualitas produk (X1) dan karakteristik desain produk (X2) secara bersamaan. Oleh karena itu, hipotesis kualitas X2 dan kualitas X1 pada desain produk adalah benar, secara bersamaan memiliki dampak besar terhadap kebahagiaan pelanggan (Y) adalah akurat. Hal ini mengandung arti bahwa pelanggan akan semakin puas dengan kualitas dan desain suatu produk yang semakin baik. Dekorasi Menakjubkan.

**Tabel 8. Koefisien Determinasi**

| Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) |                   |          |                   |                            |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model Summary <sup>b</sup>                                 |                   |          |                   |                            |
| Model  | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1  | .817 <sup>a</sup> | .668     | .659              | 3.108                      |

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

#### Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Mengacu pada tabel sebelumnya, nilai R Square menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,668. Dengan rumus

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0,668 \times 100\%$$

$$D = 66,8\%$$

Dengan demikian, variasi ketiga variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan desain produk (X2) menyumbang 66,8% dari varians yang terlihat pada variabel kepuasan konsumen (Y). Namun, faktor-faktor di luar cakupan model penelitian menyumbang 33,2% dari 100% sisanya (100% - 66,8%).

#### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut, (1) Di Srimelanting Dekorasi, Kualitas produk memiliki dampak yang cukup besar dan positif terhadap kepuasan pelanggan. (2) Di Srimelanting, kepuasan pelanggan dan desain produk memiliki korelasi yang kuat dan positif. (3) Di Srimelanting Dekorasi, desain produk mempunyai dampak yang besar dan bermanfaat terhadap kepuasan pelanggan sampai batas tertentu.



Mengingat temuan dari analisis yang dilakukan Srimelanting Decorationhendaknya dalam membuat dekorasi selalu menggunakan bunga atau daun kelapa yang segar, agar nantinya mampu bertahan lama atau tidak mudah layu, selalu membuat model sesuai dengan yang dipesan konsumen, membuat dekorasi dengan bahan baku yang berkualitas, serta memiliki desain yang menarik.

## Daftar Pustaka

- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Andi, Suyono, Putra Al Hafis, and Hendri. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Beli Smartphone Asus Pada Mahasiswa Pelita Indonesia." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 8(1): 23–36.
- Andrian, Rizky, Agus Dwi Cahya, and Muinah Fadhilah. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5(2): 559–74.
- Arif, Donny, Moh Eka Febrianto, and Michel Gatot Hariadi. 2021. "Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Specs." *Ecopreneur*.12 4(1): 53.
- Baptista, Paula et al. 2018. "Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus Di Rasa Lokal Denpasar, Bali." *Photosynthetica* 2(1): 1–13.
- Brama Kumbara, Vicky. 2021. "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(5): 604–30.
- Doni, Firman, Agus Sutardjo, and Tifani Ratu Firdaus. 2021. "Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Ekasakti Padang)." *JM Universitas Ekasakti Padang* 3(4): 716–29.
- Dusauw, Estefan, Maryam Mangantar, and Merinda H.C. Pandowo. 2023. "The Impact of Sensory Marketing on Consumer Behavior At Starbucks Manado." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11(1): 138–46.
- Firmansyah, Burhanuddin. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 1(1): 1–9.
- Haris, Dani. 2018. "Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta)." *Upajiwa Dewantara* 2(2): 125–39.
- Herman Djaya, Moh. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2): 16–24.
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Lailatul Mufidah, Kukuh Tejomurti. 2021. "Roduk Terhadap Keunggulan Bersaing Klinik Kecantikan Larissa." 7(3): 6.
- NEL ARIANTY. 2015. "Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 16(02): 68–81.

- 
- Pertiwi, Rianty Buana, and Yuyu Rahayu. 2020. "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Sandal Wanita Merek Cardinal Di Wilayah Kota Bandung." *Jurnal Sain Manajemen* 2(2): 41–49.
- Pratiwi, Khotim Fadhli & Nia Dwi. 2021. "469676-None-C9314916." 2(2): 603–12.
- Priandewi, Ni Made Maitri. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di E-Commerce Lazada." 1: 419–33.
- Purnama, Nadia Ika, and Novien Rialdy. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan." *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* 1(1): 174–81.
- Putri, Nada Dwi Putri Dwi, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, and Masduki Asbari. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Journal Of Communication Education* 15(1): 1267–83.
- Saidani, Basrah, M. Aulia Rachman, and Mohamad Rizan. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 4(2): 201–17.
- Setyo, Purnomo Edwin. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Best Autoworks.'" *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1(6): 755–64.
- Simamora, Virgo, and Elli Kusmiyati. 2017. "Pengaruh Desain Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Teh Botol Sosro Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderating." *Jurnal Online Internasional & Nasional Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* 20(1): 43–54.
- Tannia, Putu Vivin, and Ni Nyoman Yulianthini. 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.
- Triyoko, Triyoko. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko." *Jurnal Daya Saing* 8(1): 56–61.