

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN NILAI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOTOR LISTRIK DI KOTA MADIUN

Jefriyan Pratama Putra Ongky Hermawan<sup>1)</sup>, Rizal Ula Ananta Fauzi<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun  
ongkihermawan887@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas PGRI Madiun  
rizalula@unipma.ac.id

#### *Abstract*

*This study aims to determine the effect of product quality, product design and consumer value on purchasing decisions of electric motorbike products in Madiun City. The type of research used in this study is a quantitative approach. In research using multiple linear regression techniques. Sampling using Purposive Sampling technique. The sample used was 384 respondents. Based on the results of statistical tests, it shows that partially product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, product design has a positive and significant effect on purchasing decisions and consumer value has a positive and significant effect on purchasing decisions for electric motorbike products in Madiun City.*

**Keywords:** *Product Quality, Product Design, Consumer Value and Purchase Decision.*

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk dan nilai konsumen terhadap keputusan pembelian produk motor listrik di Kota Madiun. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pada penelitian menggunakan teknis regresi linear berganda. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 384 responden. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan nilai konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk motor listrik di Kota Madiun.

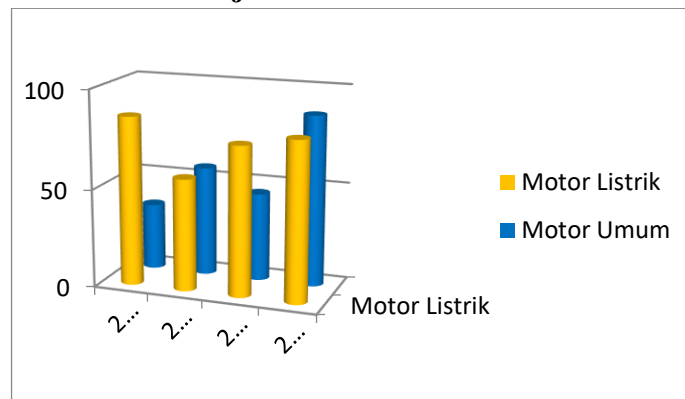
**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Desain Produk, Nilai Konsumen dan Keputusan Pembelian.

## PENDAHULUAN

Persaingan Industri di bidang kendaraan bermotor dalam beberapa tahun terakhir memang sangat ketat, mulai dari sepeda motor pabrikan jepang yang awalnya menjadi primadona di Indonesia, hingga pabrikan asal Malaysia yang mulai masuk ke pasar Indonesia (Bimo & Sukendro, 2019). Ketua Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menjelaskan bahwa peta industri kendaraan roda dua khususnya sepeda motor memberikan kontribusi hampir 30% ke dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) melalui pajak yang dihasilkan. Akibat dari jumlah penggunaan sepeda motor yang meningkat setiap tahunnya, menyebabkan peningkatan polusi udara yang disebabkan gas emisi yang dihasilkan oleh sepeda motor (Sudarti *et al.*, 2022).

Indonesia mencatat peningkatan emisi CO<sub>2</sub> sebesar 18% sepanjang 2012 hingga 2017 yang disebabkan karena meningkatnya emisi dari pembangkitan listrik, sektor industri, dan sektor transportasi. Berbagai upaya dilakukan untuk mengurangi penggunaan bahan bakar fosil pada sektor transportasi darat (Fahmi *et al.*, 2022). Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan penggunaan sepeda motor listrik. Sepeda motor listrik merupakan sebuah kendaraan yang inovatif dan dianggap berdampak pada lingkungan (Berliandaldo & Prasetyo, 2022). Sepeda motor listrik memiliki kelebihan dari pada kendaraan berbahan bakar mesin biasa, yaitu tidak dihasilkannya emisi gas buang. Selain itu juga sepeda motor listrik mendukung tren perkembangan masa depan untuk keunggulan energi yang rendah emisi.

**Grafik 1 Data Penjualan Motor Listrik di Kota Madiun**



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan data diatas di Kota Madiun produk motor listrik sudah menjadi incaran pada kaum milineal untuk membeli produk tersebut. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data diatas dimana pada 4 tahun terakhir penjualan motor listrik mengalami peningkatan yang signifikan. Ada beberapa faktor peningkatan pembelian dalam menentukan keputusan pembelian produk motor listrik. Faktor-faktor tersebut meliputi kualitas produk, desain produk, dan nilai konsumen dari para konsumen produk motor listrik.

Motor listrik di Kota Madiun harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi

keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Pada desain produk yang diberikan motor listrik sangatlah menarik bagi para pembeli. Desain yang minimalis serta mudah untuk dikendarai menjadi salah satu faktor yang mampu menumbuhkan keputusan pembelian bagi konsumen motor listrik. Nilai konsumen yang diberikan pada produk motor listrik memberikan pengaruh pada keputusan pembelian bagi konsumen. Produk motor listrik mampu menjawab apa yang dibutuhkan oleh pelanggan saat ini, yaitu bisa memberikan kenyamanan pada pengguna motor untuk menggunakan produk motor listrik, maka akan menimbulkan rasa ingin membeli produk motor listrik. Artinya pelanggan akan menjadi setia dalam menggunakan produk motor listrik.

Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Panget *et al.* (2018) menjelaskan bahwa kualitas produk secara parsial positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erlangga *et al.* (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Suari *et al.* (2019) menjelaskan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tabelessy (2021) menjelaskan bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kristiawati *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa nilai konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan pendapat dari Hairiah *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa nilai konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

## **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA**

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai dengan nilai uang yang telah dikeluarkan (Choir, 2018). Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Halin, 2018). Kualitas produk dapat berpengaruh pada keputusan pembelian disebuah perusahaan.

Menurut Bansaleng *et al.* (2021) kualitas produk merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Sependapat dengan Hatma & Nainggolan (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk melambangkan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya yang meliputi keawetan, kehandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya dan sifat lainnya. Adapun indikator-indikator kualitas barang yang diindikasikan oleh Santoso *et al.* (2021) adalah sebagai berikut: *performance, features, reliability, conformance to specification, durability, serviceability, aesthetics, perceived quality.*

### **Desain Produk**

Desain produk merupakan sebuah tampilan dan kinerja produk yang unggul serta memiliki daya pikat tersendiri yang dapat menarik minat konsumen (Supriyatna, 2020). Sependapat dengan pendapat dari Fathurrohman & Nababan (2021) menjelaskan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Menurut Marhaban & Suryadi (2021) menjelaskan bahwa desain produk merupakan keseluruhan totalitas keistimewaan yang akan meningkatkan penampilan dan juga fungsi dari produk dari segi kebutuhan konsumen.

Sependapat dengan Sudarman & Syamsiar (2021) menjelaskan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk tertentu menurut yang disyaratkan dari segi kebutuhan pelanggan. Menurut Adonis & Silintowe (2021) menjelaskan beberapa indikator desain produk yaitu: makna desain produk, bentuk fisik, kenyamanan produk, keunikan produk, dan ramah lingkungan.

### **Nilai Konsumen**

Nilai konsumen merupakan peningkatan hasil harga dalam peningkatan pengorbanan moneter bagi pelanggan, sehingga berdampak negatif pada nilai kepada pelanggan (Kristiawati et al., 2019). Sedangkan menurut Kumbara, (2021) menjelaskan bahwa nilai konsumen merupakan pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, didasarkan persepsi pelanggan atas apa yang telah diterima oleh pelanggan dan yang telah diberikan oleh produk tersebut.

Menurut Sebayang & Situmorang, (2019) menjelaskan bahwa nilai konsumen merupakan keyakinan tentang beberapa kondisi akhir yang diinginkan yang melampaui situasi tertentu dan memandu pemilihan perilaku. Sedangkan menurut Syahwi & Pantawis, (2021) menjelaskan bahwa nilai konsumen merupakan ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberikan nilai tambah.

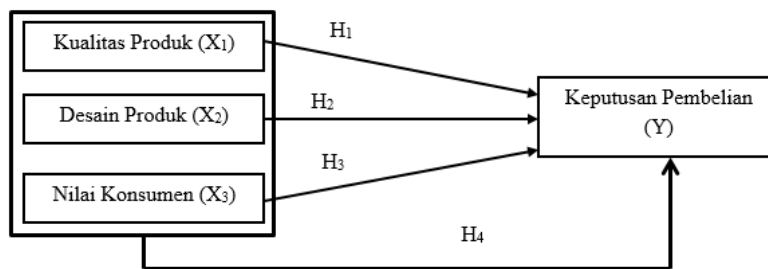
### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Tanjung, 2020). Keputusan pembelian juga bisa diartikan sebagai serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah.

Sependapat dengan Wahyuningtyas (2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan oleh konsumen akan pembelian suatu produk yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Sulastri *et al.* (2021) menyebutkan 3 faktor yaitu faktor psikologi, faktor situasional, dan faktor sosial. Menurut Lagautu et al. (2019)

terdapat beberapa indikator keputusan pembelian yang dikemukakan oleh tingkat keterlibatan dalam pembelian, yaitu pengalaman sebelumnya, minat, pengambilan keputusan terbatas, situasi dan pandangan sosial.

**Gambar 1 Kerangka berpikir penelitian**



Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Pengaruh Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik Di Kota Madiun

H<sub>2</sub> : Pengaruh Antara Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik Di Kota Madiun.

H<sub>3</sub> : Pengaruh Antara Nilai Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik di Kota Madiun

H<sub>4</sub> : Pengaruh Secara Simultan Antara Kualitas Produk, Desain Produk Dan Nilai Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik Di Kota Madiun.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas produk, desain produk dan nilai produk terhadap keputusan pembelian. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 384 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk motor listrik Di Kota Madiun dengan jumlah konsumen yang tak terhingga/tidak dapat ditentukan. Dengan kriteria konsumen yang sudah pernah membeli produk motor listrik Di Kota Madiun sebanyak 1 kali. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui *google form* dan menggunakan Skala Likert yang memiliki 5 tingkat preferensi jawaban.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan uji statistic SPSS Versi 25. Selanjutnya dikarenakan terdapat hipotesis secara simultan maka dilakukan uji F. Jenis penelitian ini digunakan untuk menjelaskan hubungan kualitas produk, desain produk dan nilai produk terhadap keputusan pembelian menggunakan pengujian hipotesis sekaligus dapat menjelaskan karakteristik fenomena yang menjadi pusat perhatian peneliti.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Deskripsi Data Penelitian**

Pada penelitian ini, data yang dianalisis merupakan data kualitas produk, desain produk dan nilai produk terhadap keputusan pembelian produk motor listrik di Kota Madiun.. Berdasarkan jawaban kuesioner yang disampaikan responden penelitian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Penentuan kriteria digunakan untuk menghindari kesalahan untuk penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, sampel yang dipilih sengaja di tentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan. Dengan kriteria konsumen sebagai berikut:

- Sudah pernah membeli produk motor listrik di Kota Madiun sebanyak 1 kali.
- Pelanggan produk motor listrik sudah berusia lebih dari 25 tahun.
- penentuan sampel diambil di Kota Madiun.

Menurut (Stanley Lemeshow et al., 1990) menyatakan bahwa memilih nilai  $P 0,5$  dalam rumus ukuran sampel selalu akan menghasilkan pengamatan yang cukup. Berdasarkan rumus (Stanley Lemeshow et al., 1990) dihasilkan diketahui jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 384 responden.

**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 0.05. Pengujian normalitas menggunakan SPSS dapat diperoleh dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		384
Normal	Mean	,000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1,6594101
Most Extreme	Absolute	,071
Differences	Positive	,033
	Negative	-,071
Test Statistic		,098
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,239 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan keputusan pembelian sebagai variabel dependen menghasilkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,239 atau lebih besar dari 0,05 artinya data penelitian ini terdistribusi normal.

### Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized	Standardized		t	Sig.
	Coefficients	Coefficients	Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,501	1,050		-0,477	0,634
Kualitas Produk	2,784	0,087	0,928	4,921	0,000
Desain Produk	2,634	0,197	0,855	2,451	0,000
Nilai Konsumen	2,521	0,082	0,671	6,718	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Variabel Desain Produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel Nilai Konsumen ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

### Uji Simultan (Uji F)

Penelitian ini menggunakan uji simultan (Uji F) untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara bersama-sama (simultan). Hasil Uji Simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut :

**Tabel 3 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	307,774	4	76,944	8,921	,000 <sup>b</sup>
	Residual	379,209	55	6,895		
	Total	686,983	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



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

Sumber: *Output SPSS*

**F-Tabel = 2,47**

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ( $8,921 > 2,47$ , dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang artinya variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

### Uji Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Hasil Uji Determinasi (Uji R) dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

**Tabel 4 Hasil Uji Determinasi (Uji R)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,962 <sup>a</sup>	,916	,916	1,67643

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

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan dari tabel 4 hasil uji determinasi (Uji R) dapat dilihat nilai Adjusted R Square sebesar 0,916 atau 91.6%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  terhadap Variabel Y secara gabungan, sedangkan sisanya 8.4% dipengaruhi oleh faktor variabel lain.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan kualitas produk, desain produk dan nilai konsumen Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara bersama-sama kualitas produk, desain produk dan nilai konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian motor listrik di Kota Madiun.

Saran bagi peneliti selanjutnya selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai tambahan ilmu dan informasi serta dapat digunakan sebagai landasan yang memiliki



tema yang sesuai dengan kualitas produk, desain produk, nilai resiko dan nilai keuntungan terhadap keputusan pembelian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citramerek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal CAPITAL*, 4(1), 118–138.
- Astuti, A., & Purnama, A. (2019). Pengaruh Membaca Al-Quran terhadap Kadar Glukosa Darah pada Pasien Diabetes Melitus di RSUD Cengkareng Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan Indonesia*, 9(02), 577–584.
- Bambang, T., & Firdiyansyah, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Online Di Toko L-In Shop Batam. *Jurnal Rekaman*, Vol. 5, No.1, Februari 2021, 5(1), 86–94.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA*, 331–340.
- Been, H. A. R. L. S. (2021). Peran, Hak dan Kewajiban Guru Beserta Upaya Peningkatan Profesionalisme Guru. *Seri Publikasi Pembelajaran*, 1(2), 1–8.
- Berliandaldo, M., & Prasetyo, A. (2022). Analisa dan Tinjauan Hukum atas Kebijakan Pengembangan dan Pemanfaatan Kendaraan Bermotor Listrik pada Sektor Pariwisata Indonesia. *Sanskara Hukum Dan HAM*, 1(02), 01–12.
- Bimo, A. A., & Sukendro, G. G. (2019). Pemaknaan Fanatisme Bagi Pengguna Vespa di Kota Tangerang. *Koneksi*, 2(2), 203.
- Cahyana, A. S., & Wulandari, I. A. (2021). Buku ajar Manufaktur Berkelanjutan. In *Umsida Press*.
- Canabisfa, Y., & Asri, Z. (2022). Transportasi Angkot Rute Sarilamak-Kota Payakumbuh Tahun 2004-2020. *Kronologi*, 4(2), 512–526.
- Choir, F. Al. (2018). *Pelaksanaan Quality Control Produksi Untuk Mencapai Kualitas Produk Yang Meningkatkan (Studi Kasus PT. Gaya Indah Kharisma Kota Tangerang)*. 1(4), 1–20.
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464.
- Fahmi, I., Soelistyo, T., Maulani, M., Sasongko, N. A., & Yoesgiantoro, D. (2022). *Bahan Bakar Hayati Sebagai Pengganti Bahan Bakar Fosil ( Biofuel: Biodiesel Bioethanol BioAvtur Green Diesel Green Gasoline Green Avtur)*. 51–58.

*Keputusan Pembelian Pada Produk Korek Api Gas Tokai. 3(2).*

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Hairiah, N., Sarah, S., & Hardati, N. (2020). *Pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional terhadap loyalitas nasabah. 9(2), 330–337.*
- Halin, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk. 3, 167–182.*
- Hananto, D. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel.*
- Hatma, D., & Nainggolan, B. M. . (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Di Katering Yvonne's. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 16(1), 1–14.*
- Kristiawati, I., GS, A. D., Sari, A. H., & Kusyanto, H. (2019). *Citra Merek Persepsi Harga Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Indomaret Lontar Surabaya. 06(02), 27–36.*
- Kumbara, V. B. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 2(5), 604–630.*
- Lagautu, J., Soegoto, A. S., & Sepang, J. L. (2019). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Matahari Department Store Mantos. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(1), 751–760.*
- Lie, T. F., & Siagian, H. (2018). *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Pada Cv. Union Event Planner. Agora, 6(1), 1–6.*
- Lutfi, F. Z., & Baehaqi, M. (2022). *Pengaruh Healty Lifestyle, Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA), 4(4), 462–478.*
- M. Brunner, I. M. I., & M. Brunner, S. (2021). *Pemilihan Baterai Kendaraan Listrik dengan Metoda Weighted Objective. Jurnal Serambi Engineering, 6(1), 1563–1572.*
- Marhaban, I., & Suryadi. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi Jenis Fashion (Sepatu Vans) di Kalangan Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, Vol.1, No.(2), 221–236.*
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko "Florensia" Kota*

Sawahlunto. *Jurnal Martua*, VOL. 3 NO.(1), 17.

Panget, B., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. F. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV . LION di Ternate*. 6(4).

Pratama, R. (2019). Efek Rumah Kaca Terhadap Bumi. *Cetak) Buletin Utama Teknik*, 14(2), 1410–4520.

Pratiwi, A. A., Wibawa, B. M., & Baihaqi, I. (2020). Identifikasi Sepeda Motor Listrik Terhadap Niat Membeli: Kasus di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(1).

Said, F. A., Adiluhung, H., & Pujiraharjo, Y. (2022). Perancangan Sepeda Motor Listrik Untuk Masyarakat Urban Dipertkotaan (Designing Electric Motors for Urban Communities in Engineering). *E-Proceeding of Art & Design*, 9(1), 491–507.

Santoso, B., Budi, L., & Seputra, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Honda Brio” (Studi Kasus Pada Dealer Honda Semarang Center)*.

Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). *Pengaruh Nilai Pelanggan , Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan*. 02, 220–235.

Siswanto, A., Haryono, A. T., & Fathoni, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Ekspektasi Inovasi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Sigr Di Semarang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*.

Stephen, A. M. (2022). *Analisa Kapasitas Dan Kinerja Ruas Jalan Berdasarkan Pemodelan Greenshield, Greenberg Dan Underwood Pada Ruas Jalan Gatot Subroto Kota Medan*.

Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 5(1), 26–33.

Sudarman, D., & Syamsiar, R. (2021). Pengaruh Desain Produk dan Sistem Pengendalian Produksi terhadap Jumlah Produksi. *Dynamic Management Journal*, Vol.5, No.(1), 102–109.

Sudarti, Yushardi, & Nur, K. (2022). Analisis Potensi Emisi CO 2 Oleh Berbagai Jenis Kendaraan Bermotor di Jalan Raya Kemantren Kabupaten Sidoarjo Analysis of Potential CO2 Emissions by Various Types of Motorized Vehicles on Highway Kemantren Sidoarjo Regency. *Jurnal Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, 9(2), 70–75.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. CV. ALFABETA.

Sulastri, S., Surahman, B., & Erna, E. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Pasar Paya Ilang Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen ( JUIIM )*, 4(1), 49–58.

- Supriyatna, Y. (2020). *Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon)*. 6(1), 36–50.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada PT.Telkom di Kota Semarang)*. 3(2), 150–163.
- Tabelessy, W. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 89–97.
- Tanjung, A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Wahyuningtyas, Y. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Wowor, C. A., Lumanuw, B., Ogi, I. W. J., Merek, P. C., Dan, H., Hidup, G., Keputusan, T., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado*. *Jurnal EMBA Vol. 9 No.3 Juli 2021*, 9(3), 1059.