

Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang

by Rincel Dwi Rahayu

Submission date: 25-Apr-2024 03:44AM (UTC-0500)

Submission ID: 2361307499

File name: JURMA_Vol_2_no_2_Juni_2024_hal_94-112.pdf (1.06M)

Word count: 6335

Character count: 39356

Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang

Rincel Dwi Rahayu

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP” Padang, Indonesia

Korespondensi penulis: rinceldwirahayu@gmail.com

Lidya Martha

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP” Padang, Indonesia

E-mail: lidyamarta@akpbstie.ac.id

Abstract. *This research aims to examine the influence of product quality and product design on purchasing decisions for Wardah products at Ela Cosmetics Padang. This type of research is quantitative, where this research uses numerical data and the research process emphasizes objective measurement of results using statistical analysis. The population in this study were consumers using Wardah products during the last 6 months, namely 660 consumers. The sampling technique used was random sampling. The number of samples was 70 people obtained using the Isaac and Michael formula. The type of data used in this research is quantitative and qualitative data. Meanwhile, the data sources are primary and secondary data sources. The data analysis technique uses multiple linear regression using the SPSS version 21.00 program. The hypothesis was tested using the t test at $\alpha = 0.05$. The results of this research show that product quality and product design have a positive and significant effect on purchasing decisions for Wardah products at Ela Cosmetics Padang.*

Keywords: *Product Quality, Product Design and Purchasing Decisions.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dimana penelitian ini menggunakan data *numeric* dan proses penelitian menekankan pada pengukuran hasil yang objektif dengan menggunakan analisis statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pemakaian produk wardah selama 6 bulan terakhir yaitu sebanyak 660 Konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Adapun jumlah sampel adalah sebanyak 70 orang yang didapat dengan menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sedangkan sumber datanya adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 21.00. Hipotesis di uji dengan menggunakan uji t pada $\alpha = 0.05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian produk wardah pada Ela Kosmetik Padang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Desain Produk dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Saat ini era globalisasi masuk menjadi bagian kehidupan bermasyarakat. Dimana dengan adanya globalisasi dipercaya dapat menjadi salah satu fenomena yang ada di setiap negara dengan memiliki pengaruh dan dampak yang kuat pada bisnis dan perekonomian yang ada di setiap negara-negara di dunia. Untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi fenomena diatas negara-negara didunia khususnya dinegara berkembang harus memiliki effort yang cukup besar dengan memanfaatkan pertumbuhan teknologi dan perkembangan dunia bisnis yang dinamis dan cepat. Dengan demikian setiap perusahaan dituntut untuk mengatur permasalahannya agar bisa menarik konsumen membeli produknya (Ernawati, 2019).

Received Maret 20, 2024; Accepted April 25, 2024; Published Juni 30, 2024

*Rincel Dwi Rahayu, rinceldwirahayu@gmail.com

Manajemen pemasaran terjadi ketika suatu pihak dalam sebuah perusahaan berpotensi berfikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan pelanggan. Sebagian konsumen mengalami proses mental yang hampir sama ketika memutuskan produk mana yang akan dibeli. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Keputusan pembelian sangat perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Apalagi masa perkembangan sekarang ini setiap perusahaan bersaing menciptakan dan menjual produk-produk yang bentuk dan fungsinya sama dengan merek yang berbeda-beda. Hal tersebut tentunya akan mengakibatkan masyarakat atau konsumen menjadi bingung menentukan keputusan pembelian produk mana yang akan dibeli sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan konsumen (Ariella, 2018).

Keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan penentuan oleh konsumen itu sendiri dalam melibatkan suatu transaksi pertukaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan manfaat. Keputusan pembelian juga dapat dikatakan sebagai kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu atau organisasi dalam memilih perilaku yang sesuai dari dua atau lebih alternatif yang dianggap sebagai tindakan paling tepat dalam melakukan pembelian (Tarigan, 2022). Pendapat lain dikemukakan oleh Supriyadi, (2017) menyebutkan keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Febrianto, (2021) menyatakan 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 kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan (Asmana, 2020).

Salah satu usaha yang mengalami permasalahan keputusan pembelian yaitu Ela Kosmetik Padang. Ela Kosmetik Padang bergerak dibidang penjualan produk Kosmetik, yang beralamat jalan. kampung Kalawi no. 08 Kuranji, kota Padang, Sumatera Barat. Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi wanita. Selain produk ini memiliki

kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat. Kosmetik sesungguhnya memiliki risiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Namun demikian bagaimana sesungguhnya penilaian konsumen akan produk kosmetik sehingga produk tersebut dinilai memiliki kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen untuk menjadi cantik. Salah satu produk yang sangat diminati oleh konsumen adalah produk wardah.

2 Wardah merupakan salah satu merek lokal yang mengusung brand image halal pada produknya. Kosmetik merek lokal ini dapat mengambil perhatian konsumen indonesia, Wardah menanamkan nilai halal di produk mereka jual, hal tersebut membuat konsumen merasa aman ketika menggunakan produknya. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen. Wardah menghadirkan kosmetik berformula inovatif yang aman, halal dan praktis guna memenuhi kebutuhan dan selera setiap wanita. Wardah tetap konsisten dalam menjaga kualitas produk, dengan cara basis manufaktur yang kuat. Wardah mampu menciptakan produk kosmetik dan perawatan kulit yang lengkap sejak awal. Peningkatan nilai penjualan biasanya dicapai dengan cara meningkatkan pangsa pasar perusahaan, yaitu dengan menambah jumlah konsumen. Akan tetapi menarik konsumen bukanlah hal yang mudah, karena perusahaan harus melakukan upaya pemasaran yang terpadu, agar terjadinya keputusan pembelian terhadap produk Wardah. Akan tetapi keputusan pembelian produk wardah pada Ela Kosmetik pada tahun 2023 menurun. Menurunnya penjualan produk Wardah karena keputusan pembelian konsumen terhadap produk Wardah kurang hal ini dikarenakan kualitas produk Wardah sudah banyak disaingi oleh produk lain dimana harga produk lain lebih murah dari produk Wardah hal inilah yang menyebabkan konsumen kurangnya ketertarikan terhadap produk Wardah, selain itu desain produk atau tampilan produk banyaknya tidak cocok dengan keinginan konsumen dan pemberian potongan harga atau diskon terhadap produk Wardah juga jarang terjadi mengakibatkan kurangnya keputusan pembelian produk Ela Kosmetik Padang. Hal tersebut dapat kita lihat hasil penjualan pada Ela Kosmetik Padang.

**Tabel 1. Penjualan Produk Wardah di Ela Kosmetik
bulan Januari –Juni 2023**

Bulan	Produk Terjual
Januari	1.771 Produk
Februari	1.632 Produk
Maret	1.469 Produk
April	830 Produk
Mei	763 Produk
Juni	621 Produk
Jumlah	7.086 Produk
Rata-Rata	1.181 Produk

Sumber: Toko Ela Kosmetik Padang Tahun 2023

Pada tabel 1 dapat kita lihat bahwa penjualan produk Wardah dari enam bulan terakhir mengalami penurunan drastis dilihat dari bulan Januari penjualan produk Wardah terjual 1.771 produk, dan pada bulan Februari mengalami penurunan yaitu 1.632 produk, bulan Maret kembali mengalami penurunan 1.469 produk, dan April kembali mengalami penurunan 830 produk, dan bulan Mei dan Juni kembali mengalami penurunan 763 produk dan 621 produk. Hal tersebut menandakan adanya permasalahan pada keputusan pembelian konsumen.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah kualitas produk. Ernawati, (2019) mengatakan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk melakukan peranya masing-masing dan dari kemampuannya tersebut didapat kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan digunakan dan diperbaiki serta atribut lain yang memiliki nilai pada produk secara keseluruhan. Kualitas produk ialah perpaduan antara sifat dan ciri-ciri yang menentukan seberapa banyak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan (Lenzun et al., 2014). Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Ariella, 2018).

Selain kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian desain produk juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tiya et al., (2019) menyatakan desain produk sebagai totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan (Saidani, 2013). Desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut (Achidah & Hasiolan, 2016). Desain adalah pemberian penampilan atau tentuan yang berbeda pada suatu produk (Nirawati, 2022).

Berdasarkan latar belakang permasalahan di Ela Kosmetik Padang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang akan dituangkan dalam bentuk laporan

dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang?
2. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang?

Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka maksud dan tujuan penulisan proposal ini adalah:

1. Untuk dapat mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang.
2. Untuk dapat mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk wardah pada Ela Kosmetik Padang

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Keputusan Pembelian

Made et al., (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan penyelesaian antara kebutuhan dan keinginan konsumen yang terdiri dari mencari informasi kebutuhan dan keinginan, evaluasi pembelian, lalu memutuskan membeli dan berlanjut pada evaluasi setelah melakukan pembelian. Tiya et al., (2019) menyatakan bahwa keputusan pembelian ialah proses dimana konsumen menemukan suatu masalah lalu mengidentifikasi suatu produk agar masalahnya bisa selesai lalu menilai masing-masing alternatif yang dapat mengarah pada keputusan pembelian.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memaksimalkan fungsinya dengan sebaik mungkin agar adanya hubungan antara kosumen dengan penyedia produk dan juga untuk mengetahui seperti apa produk yang sangat dibutuhkan konsumen agar produsen lebih bisa menyempurnakan produknya.

Desain Produk

Kebutuhan manusia merupakan awal suatu pemikiran berbagai produk atau jasa yang dimilikinya. Berbagai produk dan jasa tersebut dianggap sebagai solusi pemenuhan kebutuhan manusia. Untuk memenangkan persaingan produk dan jasa yang semakin ketat, perusahaan

harus mengembangkan desain produk, memperbaiki kinerja produk, mendiferensiasikan dengan produk pesaing dan meningkatkan keunggulan bersaing (Tegowati, 2019).

Hubungan Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memaksimalkan fungsinya dengan sebaik mungkin agar adanya hubungan antara konsumen dengan penyedia produk dan juga untuk mengetahui seperti apa produk yang sangat dibutuhkan konsumen agar produsen lebih bisa menyempurnakan produknya (Tegowati, 2019). Menurut Riyono & Budhiharja, (2016) kualitas produk adalah keseluruhan yang diinginkan konsumen yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen .

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan, terhadap keputusan pembelian Roti CV. Rima Bakery di kota padang (Magdalena et al.,2020) Sukmawati, (2018) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada penelitian yang dilakukan oleh pada air minum dalam kemasan, ia menyatakan semakin baik kualitas produk maka semakin banyak pula konsumen melakukan keputusan pembelian air minum dalam kemasan.

Evelina et al., (2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan yang mana pendapat mereka konsumen dapat dengan mudah mengenali produk Wardah dan melakukan pembelian berulang apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus dan sebaliknya apabila kualitas produk tidak bagus maka keputusan pembelian juga akan menurun.

Penelitian ini juga sama dengan penelitian Nirawati, (2022) yang juga menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan pentingnya kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian seseorang dalam membeli produk.

H1 = Diduga Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kebutuhan manusia merupakan awal suatu pemikiran berbagai produk atau jasa yang dimilikinya. Berbagai produk dan jasa tersebut dianggap sebagai solusi pemenuhan kebutuhan manusia. Untuk memenangkan persaingan produk dan jasa yang semakin ketat, perusahaan harus mengembangkan desain produk, memperbaiki kinerja produk, mendiferensiasikan dengan produk pesaing dan meningkatkan keunggulan bersaing (Tegowati, 2019). Tjiptono (2016) mengungkapkan bahwa desain produk adalah barang yang dipasarkan berdasarkan

kualitas produk akhir dan disesuaikan dengan spesifikasi yang dikehendaki konsumen. Segala material yang digunakan dalam mengemas suatu produk agar dapat diterima oleh konsumen dalam keadaan yang bagus dan baik disebut kemasan.

Penelitian Hanum (2020) mengemukakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko bahagia Medan. Dimana desain produk yang baik dalam pemasaran dapat menarik minat konsumen yang berdampak positif pada perusahaan seperti keputusan pembelian yang berdampak pada peningkatan penjualan dan menciptakan citra yang baik bagi perusahaan.

Penelitian Handayani et al. (2020) juga menyatakan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Bebbi Shoes. Yang artinya adanya desain produk yang menarik, sesuai dengan selera konsumen & konsumen bisa menemukan banyaknya desain yang menarik pada setiap produknya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh desain produk yang menarik.

Penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiya et al., (2019) yang mengatakan bahwa variabel desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Karena desain produk berperan penting dalam keputusan pembelian dengan menarik persaingan untuk menarik konsumen untuk membeli produk. Apabila semakin baik desain produknya maka semakin besar minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

H2 = Diduga Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang informasi datanya diperoleh langsung dari perusahaan yang mampu dijelaskan oleh angka-angka dan dapat dihitung menggunakan rumus tertentu sehingga dapat diketahui hasil perhitungannya, tujuannya adalah untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2017).

Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) objek penelitian merupakan tempat, orang, kegiatan atau subjek lain dari pentingnya kelangsungan penelitian. Objek pada penelitian ini yaitu pada salah satu toko Kosmetik di kota padang yang bernama Toko Ela Kosmetik Padang yang beralokasi di jalan Kampung Kalawi No. 08 Kuranji, Kota Padang.

Populasi dan Sampel

Populasi

Sugiyono, (2017) berpendapat bahwa populasi adalah seluruh unit analisis yang terdiri dari obyek atau subyek yang akan diteliti sifat ataupun ciri-ciri karakteristik baik secara kuantitatif maupun kualitatif, untuk dipelajari dan menarik kesimpulan.

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja Produk Wardah di Toko Ela Kosmetik Padang. pada tanggal 11 Juli 2023 dilakukan observasi dan wawancara secara langsung pada Toko Ela Kosmetik Padang dengan tujuan untuk mengetahui berapa banyak penjualan produk Wardah untuk pemakaian pada 6 bulan terakhir ini, yaitu sebanyak 660 Konsumen.

Sampel

Sugiyono, (2017) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi. Dengan kata lain, seluruh populasi seharusnya menggambarkan sampel yang dipilih. Untuk melakukan ini, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili). Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *random sampling*. Sugiyono, (2017) menyatakan teknik *random sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak sehingga memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* dan *Michael* ini telah diberikan hasil perhitungan yang berguna untuk menentukan tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10 %. Pada penelitian ini kesalahan atau *Sampling Error* dalam menentukan sampel yaitu tingkat 10%.

Alasan peneliti menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* dikarenakan rumus *Isaac* dan *Michael* dapat memperkecil jumlah populasi dan menentukan ukuran sampel yang tepat untuk penelitian.

Dimana:

S = Jumlah sampel

α^2 = Chi Kuadrat yang harganya kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 10% kuadrat = 2.706

N = Jumlah Populasi

P = Peluang Benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5) 676,5

D = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Perbedaan (0,10).

$$S = \frac{\lambda^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + \lambda^2 P(1-P)}$$

$$s = \frac{(2.706)(660) \cdot (0.5)(1-0.5)}{(0.01)(660)(0.5) + (2.706)(0.5)(1-0.5)}$$

$$s = \frac{446.490}{679,8}$$

$$s = 65,679$$

$$s = 65,679 \text{ (dibulatkan menjadi 70)}$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* jumlah populasi yang peneliti jadikan sebagai sampel adalah 70responden.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Ada dua macam jenis data pada umumnya yaitu data kuantitatif dan data kualitatif yang akan di jelaskan di bawah ini, penulis lebih memfokuskan pada data kuantitatif dalam melakukan analisis ini : Data kualitatif dan Data Kuantitatif.

Sumber Data

Sumber data bisa diperoleh dari 2 sumber, yaitu: Data primer dan Data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. Observasi, Angket, dan Studi kepustakaan,

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik untuk mengolah data agar dapat disajikan menjadi informasi yang lebih mudah dipahami dan memberikan jawaban atas setiap masalah penelitian (Sugiyono, 2017).

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas menurut (Sugiyono, 2017) perhitungan yang menyatakan variabel yang akan diukur adalah variabel sebenarnya yang akan diteliti. Uji validitas ini terdiri dari kumpulan soal dan pernyataan. Indikator yang digunakan dalam mengukur validitas adalah *Corrected Item Total Correlation* yang dalam proses pengukurannya memiliki standar 0,3. jadi jika *Corrected Item Total Correlation* besar dari 0,3 maka pertanyaan dan pernyataan yang diajukan valid.

Uji Reliabilitas

(Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas yaitu sebuah instrumen yang dipakai saat penelitian berupa respon dari responden untuk mendapatkan hasil yang dipercaya menjadi media yang digunakan untuk mendapatkan data. Indikator yang dipakai adalah *Cronbach Alpha*. Standar pengukurannya adalah 6%, jika *Cronbach Alpha* lebih dari 6% maka jawaban yang diperoleh dapat dipercaya.

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji ini berguna untuk menentukan apakah sebaran data suatu variabel terdistribusi dengan baik atau tidak. Indikator pengukurannya adalah *kolmogorov-smirnovtest*, *Kolmogorov-smirnovtest* menggunakan standar alpha 0,05. Jika signifikan lebih dari 0,05 maka pendistribusian data lebih dari nol, sedangkan signifikan tidak mencapai 0,05 maka pendistribusian data tidak normal (Sugiyono, 2017).

Uji Multikoleniaritas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat bagaimana korelasi antar variabel, indikator yang digunakan yaitu *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance* menggunakan standar *VIF* adalah 10 dan *tolerance* sebesar 0,1 maka dapat ditarik kesimpulannya jika *Variance Inflation Factor* melebihi 10 dan *tolerance* melebihi dari 0,1 maka penelitian ini tidak memiliki batas dari indikasi multikoleniaritas (Sugiyono, 2017).

Uji Heteroskedostisitas

Pengujian heteroskedostisitas dilakukan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian residual di semua pengamatan model regresi linear. Pengujian ini menggunakan standar 0,05 di indikator uji *gledser*. Jika signifikan lebih dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan pengujian terlepas dari heteroskedostisitas dan sebaliknya jika signifikan kecil dari 0,05 pengujian masih terdapat heteroskedostisitas (Sugiyono, 2017).

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dapat digambarkan sebagai dugaan atau gambaran yang mengandung variabel *X* dan variabel *Y*. regresi berganda dari seluruh variabel independen untuk digunakan pada variabel dependen lebih dari satu (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini variabel bebas dilambangkan dengan *X* yang terdiri dari 2 *X* yaitu *X1* Kualitas produk, dan *X2* desain produk Sedangkan variabel terikat dilambangkan dengan *Y* adalah keputusan pembelian.

Rumusnya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β_1 : Koefesien regresi variabel X1

β_2 : Koefesien regresi variabel X2

X1 : Kualitas Produk

X2 : Desain Produk

Uji Hipotesis

Keuntungan dari pengujian hipotesis ini adalah peneliti dapat mengetahui terlebih dahulu apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2017).

Uji t menggunakan level sebesar 0,5 untuk signifikan agar peneliti dapat memahami dampak dari variabel X terhadap variabel Y untuk mengetahui apakah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Berikut ini adalah kriteria dalam menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis:

1. Apabila standar $> 0,5$ maka hipotesis ditolak karena variabel X secara parsial tidak mempengaruhi variabel Y.
2. Apabila standar $< 0,5$ maka hipotesis diterima karena variabel X secara parsial mempengaruhi variabel Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk dapat mengetahui apakah suatu item pertanyaan di dalam kuesioner dapat mengukur variabel penelitian secara valid atau tidak (Sugiyono, 2017).

Indikator yang terdapat untuk mengukur validitas adalah *Corrected Item Total Correction*, dengan standar sebesar 0,3 (Cahya, 2018), sehingga dapat ditarik kesimpulan, yaitu apabila *rule of thumb* ($r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$) atau *Corrected Item Total Correction* $> 0,3$ artinya item pernyataan valid dan apabila *Corrected Item Total Correction* $< 0,3$ artinya item pernyataan tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dieliminasi.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan variabel terikat (dependen) yang diukur dengan menggunakan 10 item pernyataan dan mendapatkan hasil yang valid dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Y.1	0,380	0,300	Valid
Y.2	0,305	0,300	Valid
Y.3	0,399	0,300	Valid
Y.4	0,340	0,300	Valid
Y.5	0,391	0,300	Valid
Y.6	0,327	0,300	Valid
Y.7	0,363	0,300	Valid
Y.8	0,350	0,300	Valid
Y.9	0,419	0,300	Valid
Y.10	0,350	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat, dimana semua pernyataan valid dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,305 – 0,419 atau dengan kata lain bahwa butir pernyataan yang digunakan dalam pengukuran keputusan pembelian memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada *rule of thumb* (standar) yaitu 0,300. Dengan demikian dari 10 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur pengujian berikutnya.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan variabel bebas (independen) yang diukur dengan menggunakan 8 butir pernyataan dan mendapatkan hasil yang valid sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
X1.1	0,556	0,300	Valid
X1.2	0,623	0,300	Valid
X1.3	0,699	0,300	Valid
X1.4	0,586	0,300	Valid
X1.5	0,392	0,300	Valid
X1.6	0,527	0,300	Valid
X1.7	0,545	0,300	Valid
X1.8	0,556	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Dari tabel 3 diatas dapat dilihat, dimana 8 butir pernyataan valid dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,392 – 0,699 atau dengan kata lain bahwa 8 butir pernyataan yang digunakan dalam pengukuran kualitas produk memiliki nilai *Corrected Item-*

Total Correlation lebih besar dari pada *rule of thumb* (standar) yaitu 0,300. Dengan demikian 8 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Desain Produk

Desain produk merupakan variabel bebas (independen) yang diukur dengan menggunakan 6 butir pernyataan dan mendapatkan hasil yang valid sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Desain Produk

Item Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
X2.1	0,425	0,300	Valid
X2.2	0,496	0,300	Valid
X2.3	0,545	0,300	Valid
X2.4	0,360	0,300	Valid
X2.5	0,355	0,300	Valid
X2.6	0,364	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Dari tabel 4 diatas dapat dilihat, dimana 6 butir pernyataan valid dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,355 – 0,545 atau dengan kata lain bahwa 6 butir pernyataan yang digunakan dalam pengukuran desain produk memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari pada *rule of thumb* (standar) yaitu 0,300. Dengan demikian 6 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk dapat mengetahui apakah pengukuran pada beberapa item dalam keadaan konsisten atau tetap jika dilakukan pengukuran yaitu sebanyak dua bahkan lebih pada alat ukur yang sama (Sugiyono, 2017). Indikator yang terdapat dalam uji reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*, dengan standar 0,6. Sehingga dapat ditarik kesimpulan, yaitu apabila *Cronbach's Alpha* > 0,600 artinya jawaban yang telah didapat dari responden sudah reliabel, dan apabila *Cronbach's Alpha* < 0,600 artinya jawaban yang didapat dari para responden tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas disajikan dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Keputusan Pembelian (Y)	0,702	0,600	Reliabel
Kualitas Produk (X1)	0,832	0,600	Reliabel
Desain Produk (X2)	0,688	0,600	Reliabel

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat dari hasil pengolahan data bahwa ternyata nilai Cronbach's Alpha untuk variabel keputusan pembelian, kualitas produk dan desain produk > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban-jawaban yang diberikan responden sudah reliabel sehingga tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi linear berganda antara kualitas produk (X1), desain produk (X2), dan keputusan pembelian (Y) yang mana dalam perhitungannya dibantu dengan program SPSS sehingga diperoleh hasil sebagai berikut dalam tabel di bawah ini:

Tabel 6. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Dependen	Konstanta dan Variabel Independen	Koefisien Regresi
Keputusan Pembelian (Y)	Konstanta (α)	14,285
	Kualitas Produk (X1)	0,191
	Desain Produk (X2)	0,828

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan pada tabel 6 dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$\hat{Y} = 14,285 + 0,191 X_1 + 0,828 X_2 + e$$

Dimana artinya, persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Dari model persamaan regresi diatas, dapat di interpretasikan konstanta bernilai 14,285 satuan. Menjelaskan jika diasumsikan apabila variabel Kualitas produk (X₁) dan desain produk (X₂) sama dengan nol maka keputusan pembelian bernilai konstans sebesar 14,285 satuan.
2. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,191 satuan artinya setiap peningkatan variabel kualitas produk sebesar 1 satuan berarti akan menaikkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,191 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3. Koefisien regresi desain produk sebesar 0,828 satuan artinya setiap peningkatan variabel desain produk sebesar 1 satuan berarti akan menaikkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,828 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial (Sugiyono, 2017). Adapun hipotesis yang diajukan menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Indikator pengujian yang digunakan adalah t-statistik dan taraf signifikansi sebesar 0,05. Dari pengujian telah diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

No	Variabel	t-hitung	t-tabel	A	Sign	Kesimpulan
1	Kualitas Produk(X1)	2,437	1,668	0,05	0,017	H1 diterima
2	Desain Produk (X2)	6,435	1,668	0,05	0,000	H2 diterima

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel uji secara parsial di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel independe kualitas produk dan desain memiliki nilai t-hitung > t-tabel, dimana kualitas produk memiliki nilai t-hitung sebesar $2,437 > 1,668$, dan desain produk memiliki nilai t-hitung sebesar $6,435 > 1,668$.

Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (variabel dependen).

a. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian (H_1)

Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,437 > 1,668$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,017 < 0,05$).

Maka dalam hal ini dinyatakan H_1 diterima.

b. Pengaruh variabel desain produk terhadap keputusan pembelian (H_2)

Variabel desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($6,435 > 1,668$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$).

Maka dalam hal ini dinyatakan H_2 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang¹

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah pada Ela Kosmetik Padang, dengan indikator *keawetan, keandalan, kesesuaian produk dan kemudahan dipergunakan dan perbaiki*. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama (H1) diterima.

Hal ini menunjukkan apabila suatu produk memiliki kualitas baik maka keputusan pembelian juga meningkat. Sebagaimana mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian serta kualitas produk memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dimana semakin baik kualitas produk maka akan mendorong semakin baik pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Sukmawati, (2018) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada penelitian yang dilakukan oleh pada air minum dalam kemasan, ia menyatakan semakin baik kualitas produk maka semakin banyak pula konsumen melakukan keputusan pembelian air minum dalam kemasan. Evelina et al., (2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan yang mana pendapat mereka konsumen dapat dengan mudah mengenali produk Wardah dan melakukan pembelian berulang apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus dan sebaliknya apabila kualitas produk tidak bagus maka keputusan pembelian juga akan menurun.

Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang¹

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa variabel desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang, dengan indikator *varian desain, model terbaru dan desain mengikuti trend*. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama (H1) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa melakukan upaya pengembangan atau inovasi desain produk menjadi lebih bervariasi, modern dan mengikuti perkembangan zaman, hal tersebut dapat menarik minat konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen

terhadap produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang. Karena desain produk **berperan penting dalam keputusan pembelian dengan menarik persaingan untuk menarik konsumen untuk membeli produk. Apabila** semakin baik desain produknya maka semakin besar minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Penelitian Hanum (2020) mengemukakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko bahagia Medan. Dimana desain produk yang baik dalam pemasaran dapat menarik minat konsumen yang berdampak positif pada perusahaan seperti keputusan pembelian yang berdampak pada peningkatan penjualan dan menciptakan citra yang baik bagi perusahaan. Penelitian Handayani et al. (2020) juga menyatakan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Bebbi Shoes. Yang artinya adanya desain produk yang menarik, sesuai dengan selera konsumen & konsumen bisa menemukan banyaknya desain yang menarik pada setiap produknya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh desain produk yang menarik. Penelitian ini juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiya et al., (2019) yang mengatakan bahwa variabel desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian **kualitas produk dan desain produk terhadap Keputusan Pembelian produk wardah pada** Ela Kosmetik Padang yang diolah menggunakan SPSS, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang, dengan indikator *keawetan, keandalan, kesesuaian produk dan kemudahan dipergunakan dan diperbaiki* Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama diterima. Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang, dengan indikator *varian desain, model terbaru dan desain mengikuti trend* Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diajukan saran-saran sebagai berikut: Bagi Pelaku Bisnis, Bagi pelaku bisnis, agar mengembangkan usahanya dengan menyampaikan informasi yang jujur terkait dengan kualitas produk, seperti menjelaskan secara

detail tentang produk wardah tersebut. Selain itu mendukung dengan penggunaan desain produk yang menarik seperti memperbarui kemasan produk produk Wardah agar para konsumen para pengguna lebih tertarik untuk melakukan pembelian produk Wardah. Bagi Konsumen, Bagi konsumen produk Wardah, agar lebih memperhatikan kualitas produk Wardah apakah bagus untuk dikosumsi, dan melihat desain pada produk yang diberikan serta mencari informasi secara lengkag terkait produk tersebut bagus atau layak di komsumsi sebelum konsumen melakukan pembelian pada produk tersebut. Bagi Peneliti yang akan Datang, Bagi Peneliti yang akan datang yang ingin melakukan penelitian serupa agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini, penelitian ini dilakukan tidak terbatas pada konsumen pemakaian produk Wardah saja, akan tetapi dapat diperluas lagi. Selain itu, Peneliti yang akan datang dapat menambahkan variabel independen selain yang diteliti dalam penelitian ini, karena dalam penelitian penulisan skripsi ini Penulis merasa masih ada beberapa indikator yang belum bisa Penulis jelaskan dan masih jauh dari kesempurnaan. Seperti potongan harga atau diskon, promosi dan lain-lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya penulisan artikel ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Kepada kedua orang tua dan keluarga, bapak Febriandhie Ananda, SE, M.Si dan ibu Lidya Martha, SE, MM selaku ketua dan wakil ketua STIE “KBP” Padang, ibu Febsri Susanti, SEI, MM selaku ketua program studi manajemen. serta Ibu Lidya Martha, SE, MM selaku dosen pembimbing penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., & Hasiolan, L. B. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio Gt Di Weleri-Kendal) 1*. 2(2).
- Ariella, I. R. (2018). =Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3, 215–221.
- Asmana, S. (2020). *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.Com Dengan Pajak Sebagai Variabel Faktual (Studi Kasus Pada Pengikut Akun Twitter @Bliblidotcom)*. 10(2), 238–249.
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. 7, 17–32.
- 1
Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2012). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–11.

- Febrianto, D. (2021). *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.Com Pada Pengikut Akun Twitter @blibliidotcom*. 1(3), 206–217.
- 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), 91–103. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Hanum, A. (2020). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bahagia Medan. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(2), 17–21. <https://doi.org/10.33395/juripol.v3i2.10775>
- 1 Lenzun, J. J., Massie, J. D. ., & Adare, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237–1245. <https://doi.org/10.1109/25.765000>
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 1–11.
- Made, D., Purnama, F., Price, P. P., Design, P., Online, D., Review, C., Design, P., & Review, O. C. (2020). *Perceived Price , Product Design Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Produk Wardah Di*. 5(1), 81–89.
- Magdalena et al., Cv, R., Bakery, R., & Kota, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan. 04(01), 55–70. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i1.21>
- Murni, Y., & Yulika, F. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan membeli air minum dalam kemasan merek sms pada masyarakat VII koto sungai sarik kabupaten padang pariaman. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Menara Ilmu*, 11(78), 232–247.
- Nirawati, L. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Honda Beat*. 13(1), 60–68.
- Riyono, & Budhiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Saidani, B. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur*. 4(2), 201–217.
- 1 Sugiyono. (2017). *metode penelitian bisnis* (3rd ed.). Bandung : CV. Alfabeta.
- Sukmawati, N. (2018). Un pgri kediri 2018. *Analisa Tingkat Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam Studi Kasus Pada Ksp Bahagia Kota Kediri Tahun 2017*, 02(03), 1–22.
- Supriyadi. (2017). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung (Survei pada Siswa/i SMA Swasta Sultan Agung)*. 74–85.
- Tarigan, basthan imanual. (2022). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Saroha Di Kota Manado*. 10(1), 491–499.
- Tegowati, T. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.33086/amj.v3i1.1188>
- Tiya, M., Suari, Y., Luh, N., Sayang, W., & Nyoman, N. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian*. 5(1), 26–33.

Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Ela Kosmetik Padang

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.valuasi.lppmbinabangsa.id Internet Source	6%
2	repositori.utu.ac.id Internet Source	4%
3	www.jurnal.polgan.ac.id Internet Source	3%
4	ejournal.uinbukittinggi.ac.id Internet Source	3%
5	journal-nusantara.com Internet Source	3%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography Off