



Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Volume Penjualan pada UD. Sinar Arafah Jaya di Deli Serdang

Muhammad Rohim Adamhuri^{1*}, Khafi Puddin²

¹⁻²Universitas Negeri Medan, Indonesia

Korespondensi penulis: mhdrohimadamhuri00@gmail.com*

Abstract. *This research is motivated to decreased volume at UD. Sinar Arafah Jaya in Deli Serdang. The decrease in sales volume indicates there are factors influence sales. Referring to previous studies as empirical studies. The level of sales volume is thought to be influenced by various factors such as quality and product design. The purpose of this study is test the effect of product quality and product design on sales volume at UD. Sinar Arafah Jaya products. This study uses a mixed methods (a mix of quantitative and qualitative). Collected data using questionnaire and interview. Respondents in this study were 32 people consumers who had purchased UD. Sinar Arafah Jaya products. The hypothesis was formulated and tested using regression analysis with SPSS software. While qualitative analysis was obtained from the results of interview transcripts with owner which processed with NVivo 12 Pro software and provided information and explanations. The results of quantitative research show that, simultaneously, quality and product design have a positive and significant effect on sales volume ($f_{count} 58,333 > f_{table} 8,183$ with a significant value of $0.000 < 0.05$). Then the results of qualitative research also show that sales volume is influenced by quality and product design, various other aspects such as promotional strategies, pricing, and distribution channels. All of elements support each other to achieve the maximum sales volume target.*

Keywords: *Product Quality, Product Design, Sales Volume*

Abstrak. Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan volume penjualan pada UD. Sinar Arafah Jaya di Deli Serdang. Penurunan volume penjualan ini menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu sebagai studi empiris. Tingkat volume penjualan diduga dipengaruhi berbagai faktor seperti kualitas produk dan desain produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap volume penjualan pada produk UD. Sinar Arafah Jaya. Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods* (campuran kuantitatif dan kualitatif). Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner dan wawancara. Responden dalam penelitian ini sebanyak 32 orang yang merupakan konsumen yang pernah membeli produk UD. Sinar Arafah Jaya. Hipotesis diformulasikan dan diuji menggunakan analisis regresi dengan bantuan software SPSS. Sementara analisis kualitatif diperoleh dari hasil transkripsi wawancara bersama owner yang diolah dengan bantuan software NVivo 12 Pro serta memberi keterangan dan penjelasan. Hasil penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa, secara simultan kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan ($f_{hitung} 58,333 > f_{tabel} 8,183$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$). Kemudian hasil penelitian kualitatif juga menunjukkan bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh kualitas produk dan desain produk serta berbagai aspek lainnya seperti strategi promosi, penetapan harga, hingga saluran distribusi. Semua elemen ini saling mendukung untuk mencapai target volume penjualan yang maksimal.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, Volume Penjualan

1. LATAR BELAKANG

Bisnis adalah kegiatan dimana seseorang atau sekelompok orang membuat, menjual, atau menukarkan barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Dalam bisnis, orang-orang berusaha menciptakan ide-ide baru dan mengembangkan produk atau layanan yang bermanfaat bagi orang lain. Ada banyak jenis bisnis yang berlangsung di kehidupan sehari-hari umumnya seperti bisnis di bidang perdagangan, pertanian, peternakan, jasa, industri, dan sebagainya.

Mebel merupakan salah satu bisnis yang bergerak dibidang industri furniture dan juga merupakan salah satu komoditi hasil kerajinan tangan yang mempunyai peran cukup penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Industri mebel merupakan salah satu pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Industri mebel (*Furniture*) merupakan industri yang mengolah bahan baku setengah jadi yang meliputi kayu menjadi produk barang jadi yang bisa disebut dengan mebel yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri mebel di Indonesia tersebar hampir diseluruh Provinsi termasuk Sumatera Utara.

Salah satu produsen mebel di Sumatera Utara khususnya di Kabupaten Deli Serdang adalah UD. Sinar Arafah Jaya, yang terletak di desa Bandar Setia, Kecamatan Percut Sei Tuan. Usaha ini berdiri sejak tahun 2015 yang didirikan oleh bapak Mhd. Rusdi Nasution. Usaha ini berfokus pada *Furniture* berbahan baku kayu yang memproduksi berbagai jenis produk seperti pintu, jendela, kusen, meja, kursi, dan lain sebagainya. Mebel yang di produksi tergolong pada kelas premium yang bergaya klasik maupun minimalis.

Setiap perusahaan didirikan untuk mencapai suatu tujuan. Adapun tujuan yang ingin dicapai berbagai perusahaan pada umumnya sama yaitu mendapatkan keuntungan supaya dapat bertahan hidup. Masalah keuntungan akan berkaitan dengan besarnya volume penjualan setiap usaha, dalam hal ini merupakan tolak ukur keberhasilan sebuah usaha dalam menyediakan kebutuhan konsumen yaitu barang/jasa yang dibutuhkan. Menghasilkan produk sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen adalah hal yang ingin dicapai dari proses perancangan. Salah satu caranya adalah dengan merancang dan berorientasi terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan tercapainya keinginan dan kebutuhan konsumen, maka akan berpengaruh terhadap volume penjualan. Tingkat volume penjualan yang tinggi dapat meningkatkan perkembangan suatu usaha. Untuk mencapai tingkat volume penjualan pada UD. Sinar Arafah Jaya, perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan seperti kualitas produk dan desain produk.

Merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu sebagai studi empiris. Tingkat volume penjualan dipengaruhi oleh kualitas produk Septiyas 2020 dalam Ni Komang Intan Sritini & Ni Nyoman Yulianthini (2023). Kualitas merupakan suatu hal yang penting dalam kegiatan penjualan sehingga perlu diperhatikan agar dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen, sehingga konsumen tertarik dan merasa puas dengan produk yang dihasilkan. Kualitas produk juga merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya, Kotler dan Keller dalam Khotimah, Et al. (2019).

Masalah desain dari suatu produk juga diduga telah menjadi faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dalam pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan desain suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Desain produk adalah guna membedakan produk yang dihasilkan perusahaan dengan produk-produk saingan. Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain produk adalah guna membedakan produk yang dihasilkan perusahaan dengan produk-produk pesaing.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian Volume Penjualan

Volume Penjualan merupakan perolehan yang didapatkan perusahaan dengan cara salesman yang telah berhasil menjual produk yang dihasilkan. Volume penjualan juga dapat diartikan sebagai hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun. Volume penjualan juga merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan (Ngalimun dalam Desma Erica, 2024).

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi kepuasan konsumen. Dalam pandangan konsumen, nilai suatu produk merupakan kualitas produk yang dinikmati dengan pengorbanan sejumlah uang atau sumber daya yang lain. Menurut Kotler dan Keller dalam Khotimah, Et al. (2019) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi – fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, kemudahan kebaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut Daryono dalam Afiah, Et al. (2023) kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk baik barang maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Andi Saputra, Et al. (2022) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan menghasilkan kualitas paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan lain.

Pengertian Desain Produk

Desain produk merupakan tahapan pengembangan sistem yang melekat dengan berbagai bidang ilmu lainnya. Tahap desain yang melibatkan *styling*, memunculkan bentuk serta perasaan terhadap produk ketika berinteraksi dengan pemakai. Pada proses *development* hasil dari komunikasi dan koordinasi untuk membuat, mencoba, memodifikasi dan mematangkan desain hingga benar-benar siap untuk diluncurkan (Winarto & Magdalena, 2017). Desain produk adalah rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tidak mudah ditiru oleh kompetitor (Hansanto dalam Desma Erica, 2024). Sementara itu, menurut Situmorang dan Rezeki dalam Desma Erika (2024) menyatakan bahwa, desain produk merupakan proses perencanaan dan pembuatan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan nilai ke pasar.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap volume penjualan melalui pengumpulan data numerik dengan kuesioner tertutup. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali secara mendalam persepsi dan opini dari pihak perusahaan mengenai strategi peningkatan kualitas dan desain produk, yang diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Deli Serdang, Kecamatan Percut Sei Tuan, desa Bandar Setia. Dengan waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Februari 2024 sampai dengan Desember 2024, meliputi pengambilan data dan pengolahan data. Populasi untuk pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang pernah membeli produk dari UD. Sinar Arafah Jaya. Populasi untuk pendekatan kualitatif adalah pimpinan atau pemilik serta karyawan di UD. Sinar Arafah Jaya. Sampel diambil menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak membuka peluang atau kesempatan bagi semua anggota populasi untuk menjadi anggota sampel. Dan teknik yang digunakan adalah *accidental sampling* (sampel insidental). Sampel diperoleh dilapangan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang dianggap tepat sebagai sumber data, maka orang tersebut sebagai sampel (Sugiyono 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kuantitatif

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,200	2,120		,094	,925
	Kualitas Produk (X1)	,045	,075	,050	,607	,549
	Desain Produk (X2)	,955	,088	,896	10,801	,000

- Konstanta sebesar 0.200, hal ini menunjukkan bahwa apabila X_1 dan X_2 bernilai sebesar 0, maka nilai Y tetap sebesar 0.200
- Berdasarkan variabel X_1 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X_1 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0.045$, artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X_1 sebesar 1 poin maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.045
- Berdasarkan variabel X_2 hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X_2 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0.955$, artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X_2 sebesar 1 poin maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0.955

2. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,87721886
Most Extreme Differences	Absolute	,202
	Positive	,202
	Negative	-,074
Kolmogorov-Smirnov Z		1,140
Asymp. Sig. (2-tailed)		,149

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas pada tabel diatas diperoleh nilai sig. (2-tailed) nilainya $0.149 > 0.05$, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

3. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,200	2,120		,094	,925		
	Kualitas Produk (X1)	,045	,075	,050	,607	,549	,997	1,003
	Desain Produk (X2)	,955	,088	,896	10,801	,000	,997	1,003

Berdasarkan hasil analisis dari tabel diatas diperoleh nilai tolerance X_1 (0.997) dan X_2 (0.997) > 0.100 sedangkan nilai VIF X_1 (1. 003) dan X_2 (1.003) < 10.00. maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4. Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,200	2,120		,094	,925
	Kualitas Produk (X1)	,045	,075	,050	,607	,549
	Desain Produk (X2)	,955	,088	,896	10,801	,000

- Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, pada variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} (0.607) < t_{tabel} (1.6972) dan sig (0.549) > 0.05, maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap volume penjualan UD. Sinar Arafah Jaya di Deli Serdang. H_1 ditolak dan H_0 diterima.
- Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, pada variabel desain produk diperoleh nilai t_{hitung} (10.801) > t_{tabel} (1.6972) dan sig (0.000) < 0.05, maka dapat disimpulkan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UD. Sinar Arafah Jaya di Deli Serdang. H_2 diterima dan H_0 ditolak.

5. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	439,476	2	219,738	58,333	,000 ^b
	Residual	109,242	29	3,767		
	Total	548,719	31			

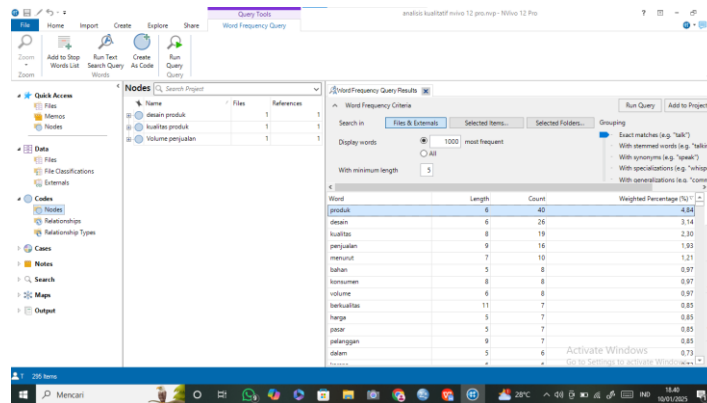
Berdasarkan hasil analisis tabel diatas didapatkan nilai f_{hitung} (58.333) > f_{tabel} (4.183) dan sig (0.000) < 0.05. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk (X_1) dan desain produk (X_2) secara bersamaan (simultan) terhadap volume penjualan (Y) sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak.

6. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,895 ^a	,801	,787	1,941

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas diperoleh persentase keragaman variabel jumlah volume penjualan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X_1) dan desain produk (X_2) adalah 80,1% sedangkan 19.9% sisanya dijelaskan variabel lain diluar model regresi.

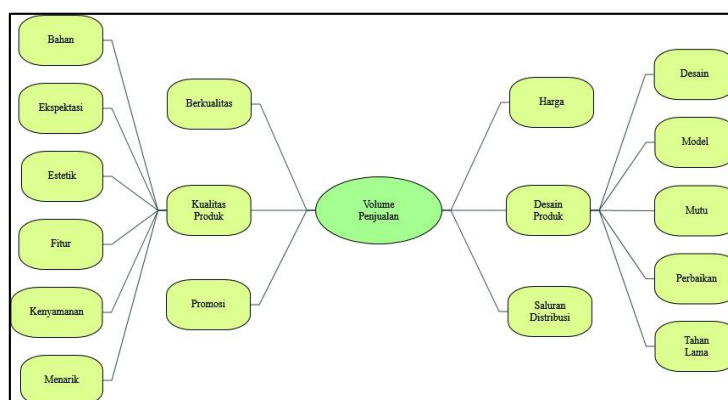
Hasil Kualitatif



Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa kata produk paling sering muncul yaitu sebanyak 48 kali (4,84%), kata desain 28 kali (5,14%), kualitas 19 kali (2,20%) dan penjualan 16 kali (1,92%), artinya kata-kata tersebut paling sering dibahas.



Dari gambar hasil *word cloud* diatas dapat kita lihat bahwa kata produk terlihat lebih besar, kemudian kata desain, kualitas dan penjualan. Artinya kata-kata tersebut paling sering dibahas.



Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh berbagai aspek, mulai dari kualitas produk, strategi promosi, penetapan harga, desain produk, hingga saluran distribusi. Semua elemen ini saling mendukung untuk mencapai target volume penjualan yang maksimal.

Pembahasan

1. Hubungan Kualitas Produk terhadap volume penjualan

Berdasarkan hasil analisis tabel uji t diperoleh nilai thitung (0.607) < ttabel (1.69726) dan sig (0.549) > 0.05 , maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap volume penjualan UD. Sinar Arafah Jaya di Deli Serdang. Kemudian didukung dengan hasil analisis data kualitatif yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam mendorong kepuasan serta loyalitas pelanggan. Produk yang tahan lama dan berkualitas tinggi membuat pelanggan merasa mendapatkan nilai lebih dari pembelian mereka.

2. Hubungan Desain Produk terhadap volume penjualan

Berdasarkan hasil analisis tabel uji t diperoleh nilai thitung (10.801) > ttabel (1.69726) dan sig (0.000) < 0.05 , maka dapat disimpulkan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UD. Sinar Arafah Jaya di Deli Serdang. Kemudian didukung dengan hasil analisis data kualitatif yang menunjukkan bahwa desain produk yang menarik dapat menciptakan kesan pertama yang kuat. Dalam pasar yang kompetitif, desain yang inovatif menjadi pembeda utama dan mendorong peningkatan penjualan.

3. Sinergi antara Kualitas produk dan Desain produk terhadap volume penjualan

Berdasarkan hasil analisis tabel uji f didapatkan nilai fhitung (58.333) > ftabel (4.183) dan sig (0.000) < 0.05 . Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk (X_1) dan desain produk (X_2) secara bersamaan (simultan) terhadap volume penjualan (Y) sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak. Kemudian didukung dengan hasil analisis data kualitatif yang menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan tercapai ketika kualitas produk yang baik dipadukan dengan desain yang menarik. Pelanggan tertarik membeli produk karena desain, namun loyalitas terbentuk karena kualitas. Berarti kualitas produk dan desain produk memiliki hubungan yang komplementer.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap volume penjualan di UD. Sinar Arafah Jaya memperoleh kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan desain produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan (Y). Dengan terpenuhinya ekspektasi konsumen, menawarkan produk yang bagus, serta memberikan harga yang terjangkau membuat volume penjualan di UD. Sinar Arafah Jaya mengalami peningkatan. Ini mengartikan hipotesis yang dirumuskan penulis, sudah diuji serta teruji diterima kebenarannya.

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan desain produk sama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Produk dengan desain yang menarik mampu menarik pelanggan baru, sedangkan kualitas produk yang baik mendorong pembelian ulang dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik UD. Sinar Arafah Jaya

- a. Berdasarkan hasil penelitian dari 32 responden ada sebanyak 9 responden yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa produk UD. Sinar Arafah Jaya memiliki fitur dan keistimewaan tambahan. Dengan demikian diharapkan UD. Sinar Arafah Jaya kedepannya bisa memberikan keistimewaan tambahan atau nilai tambah pada produknya, sehingga mampu menarik minat konsumen dan mampu bersaing dengan kompetitor agar volume penjualan mengalami peningkatan.
- b. Berdasarkan hasil penelitian dari 32 responden ada sebanyak 10 responden yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa model produk yang dijual di UD. Sinar Arafah Jaya memiliki keunggulan dan ciri khusus yang berbeda dari kompetitor. Dengan demikian diharapkan UD. Sinar Arafah Jaya dapat menciptakan produk yang memiliki keunggulan dan ciri khusus yang berbeda dengan pesaing, agar volume penjualan mengalami peningkatan.
- c. Berdasarkan hasil penelitian dari 32 responden ada sebanyak 8 responden yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa harga yang ditawarkan oleh UD. Sinar Arafah Jaya dapat dijangkau oleh semua kalangan. Dengan demikian diharapkan UD. Sinar Arafah Jaya dapat membagi kelas produk dari harga yang terendah hingga tertinggi agar semua kalangan konsumen dapat menjangkau dan memberikan harga yang lebih murah dengan memberikan diskon diakhir bulan dan di hari-hari besar lainnya agar mengalami peningkatan volume penjualan.

2. Bagi peneliti berikutnya

Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa kualitas produk dan desain produk memiliki nilai 80,1% sedangkan 19,9% sisanya dijelaskan variabel lain, untuk itu peneliti menyarankan untuk penelitian berikutnya supaya memperhatikan faktor lain selain daripada kualitas produk dan desain produk untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi terjadinya peningkatan volume penjualan.

REFERENSI

- Afiah, N., et al. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan PT. Bucuwa Family Group Kabupaten Mamuju. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(20), 265–271.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2023). Pengaruh kualitas produk desain produk, green product, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada kerajinan gerabah Kasongan: Studi pada konsumen gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Encyclopaedia Britannica. (2025). *Dokumentasi*. Retrieved from <https://www.britannica.com/science/Dokumentasi> (Diakses pada 5 Januari 2025, pukul 10.15).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi ke-8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasballah, I. (2023). Pengaruh kualitas produk dalam perspektif Islam terhadap volume penjualan di Tokjo Gia Toys Grong-Grong Pidie. *Ameena Journal*, 1(3), 331–338.
- Hidayatulloh, R., et al. (2020). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian mebel pada UD. Hartani Jaya. *Jurnal EMA*, 5(1), 21–28.
- Khotimah, S., et al. (2019). Analisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan laptop pada CV. Gunung Madu Pangkalan Bun. *Magenta*, 8, 9–18.
- Martono, N. (2015). *Metode penelitian sosial: Konsep-konsep kunci*. PT Raja Grafindo Persada.
- Mulyani, R. S. (2021). *Metodologi penelitian*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ni Komang, I. S., & Ni Nyoman, Y. (2023). Pengaruh kualitas produk dan social media marketing melalui marketplace Facebook terhadap volume penjualan buah Desa Bulian. *Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 531–536.
- Poerwandari, E. (2017). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. LPS3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Ridwan, M., & Sintia, D. (2021). Pengaruh kualitas produk, desain produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian mebel pada Collection Furniture di Pondok Bambu. *Kinerja Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 245–263.
- Saputra, A., et al. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi, dan persaingan terhadap volume penjualan di Susuku Cafe Ungaran. *BISECER*, 5(2), 87–95.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugito, & Harahap, S. (2020). *Metode penelitian pendidikan seni rupa*. Unimed Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Ulfami, P. (2020). Pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop Giyomi melalui Shopee. *JPTN*, 8(1), 702–708.
- Widodo, U. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, merek, dan saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Gelang Gemilang Jaya Bella Spring Bed Semarang. *Fokus Ekonomi*, 15(1), 217–230.
- Yanti, N. M. V., & Amrita, N. D. A. (2019). Pengaruh desain produk dan promosi terhadap volume penjualan divisi Procter & Gamble pada PT. Borwita Citra Prima di Denpasar. *MBE*, 5(2), 128–134.