

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN PADA PT. RIA INDAH MANDIRI MEDAN

DEBORAH BELINDA

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana

deborah@gmail.com

Abstract The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality and product design on consumer purchasing power at PT. Ria Indah Mandiri Medan Medan. This research is a type of associative research. The population in this study are people who have bought and used products from PT. Ria Indah Mandiri Medan. The sampling method in this study used the accidental sampling method. Data collection methods in this study were questionnaires, interviews and literature study. The data analysis method used descriptive and quantitative methods, namely multiple linear regression analysis with a significant level of 0.05. The results of the F test show that product quality and product design together have a positive and significant influence on the dependent variable, namely consumer purchasing power. Based on the test of the coefficient of determination (R^2) shows that the R value of 0.482 means that product quality and product design affect consumer purchasing power by 48.2% and the remaining 51.8% can be explained by other factors not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Product Design, Purchasing Power

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap daya beli konsumen pada PT. Ria Indah Mandiri Medan Medan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan produk dari PT. Ria Indah Mandiri Medan. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode accidental sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif yaitu analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas produk dan desain produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu daya beli konsumen. Berdasarkan pada pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,482 artinya kualitas produk

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

dan desain produk mempengaruhi daya beli konsumen sebesar 48,2% dan sisanya 51,8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Desain Produk, Daya Beli*

I. Pendahuluan

Sejalan dengan perkembangan dan kemajuan zaman dibidang teknologi serta semakin banyaknya produk yang ada di pasar mengakibatkan tingkat persaingan yang semakin tinggi. Hal ini mendukung peningkatan perubahan tindakan masyarakat yang semakin kritis dalam pemakaian atau pemilihan suatu produk. Sekarang masyarakat tidak hanya melihat produk yang mereka konsumsi dari bentuk fisik saja melainkan juga mutu atau kualitas dari suatu produk, bahkan sebagian besar dari konsumen menganggap kualitas merupakan salah satu faktor dasar produk atau jasa yang akan mereka gunakan. Persaingan yang terjadi saat ini dikarenakan banyaknya produk yang ditawarkan oleh produsen dengan model, merk, kualitas, perbedaan harga, Dan sebagainya. Agar perusahaan tetap kompetitif di pasar global, Produsen harus dapat memahami produk (barang dan jasa) yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

Pada perusahaan yang menjual produk pakaian yang sudah jadi (garment), kegiatan produksi merupakan suatu kegiatan yang penting. Bahkan dalam berbagai macam pembicaraan, dikatakan bahwa produksi merupakan dapurnya perusahaan tersebut. Apabila pada kegiatan produksi terdapat berbagai macam hambatan dalam proses produksi, maka akan menimbulkan berbagai kerugian baik material maupun bukan material. Sehingga diperlukan pengendalian kualitas dan desain produk untuk meminimalisasi biaya operasional dalam produk garmen, serta dapat memenuhi standar kualitas dari waktu yang telah ditentukan sebelumnya.

Kualitas produk sangat berpengaruh dalam pemasaran, apabila suatu produk yang ditawarkan berkualitas baik dan memuaskan konsumen, maka akan memberikan hasil berupa peningkatan omzet permintaan yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar dalam situasi persaingan yang ketat ini menuntut perusahaan dapat memberikan produk yang terbaik bagi konsumen, dengan tidak terlepas dari kegiatan proses yang dilakukan secara efektif dan efisien. Apabila tidak sesuai dengan standar yang telah ditentukan, maka perlu diadakan pemeriksaan sekaligus

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

dilakukan tindakan-tindakan perbaikan terhadap barang yang defect tersebut. Pengertian kualitas menurut Handoko (1999:54),”merupakan suatu faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produksi tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk itu diproduksi”. Masalah jaminan mutu atau kualitas produk menjadi hal yang sangat penting, yaitu sebagai senjata utama untuk mencapai tujuan utama perusahaan, karena dengan kualitas produk yang baik akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

PT. Ria Indah Mandiri Medan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang garment, permintaan pasar terhadap produksi sangatlah besar sehingga PT. Ria Indah Mandiri harus slalu berusaha agar produksinya dapat ditingkatkan bagaimana kualitas yang diharapkan. Maka dari itu kebijakan yang diambil oleh PT.Ria Indah Mandiri dalam memproduksi barang selalu memperhatikan mutu atau kualitas barang yang dihasilkan,karena semua itu merupakan salah satu faktor yang sangat penting demi menjaga masa depan perusahaan. Perusahaan memandang bahwa kualitas sebagai faktor kunci yang membawa keberhasilan, untuk itulah pengendalian kualitas merupakan jaminan produk perusahaan dengan tujuan produk yang dihasilkan memenuhi spesifikasi atau standart mutu yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Ria Busana adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan produk garmen(eceran) menjual semua jenis pakaian, mulai dari perlengkapan bayi sampai pakaian dewasa.

Fenomena yang terjadi pada PT. Ria Indah Mandiri Medan tak lepas dari daya beli konsumen atau keputusan konsumen pada produk garmen Ria Busana Group. Dalam dunia pemasaran produk garment menuntut setiap perusahaan agar berinovasi dengan cara menawarkan barang yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih,sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Penjualan produk garmen yang ada saat ini menawarkan produk-produk yang berkualitas dan menarik bahkan cara pembuatan pun sudah modern.

Untuk menarik daya beli konsumen, masing-masing perusahaan memperkenalkan kualitas produk yang baik dengan desain-desain yang menarik. Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Desain dapat membentuk atau memberikan atribut pada suatu produk, sehingga dapat menjadi ciri khas suatu produk. Ciri khas suatu produk tersebut pada akhirnya akan dapat membedakannya dengan produk garmen dari pesaing lainnya

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

(Kotler & Amstrong, 2008), "Desain produk dapat berupa peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan pada desain produk berupa penambahan fungsi dan kegunaan dari suatu produk". Sedangkan penyederhaan desain produk bertujuan agar pemakaian suatu produk menjadi semakin mudah.

Selain itu harga juga sangat mempengaruhi daya beli konsumen pada suatu barang. Harga yang ditawarkan sesuai dengan pandangan konsumen atas nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk garment tersebut." Harga mempunyai peranan penting bagi perusahaan, karena harga memiliki pengaruh dibidang kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Kotler & Amstrong, 2008)", oleh sebab itu penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen" maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut (Irawan & Dharmestha, Mei 2021)". Jika konsumen menerima harga tersebut, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat. Perusahaan dengan berbagai pertimbangan harus senantiasa berusaha menemukan harga terbaik dan ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai, manfaat dan kualitas produk.

II. Metode (Subjudul Kedua, ditulis tebal dengan huruf kapital pertama)

Jenis penelitian ini berupa penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2012), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk dan desain produk terhadap daya beli konsumen. Variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu variabel kualitas produk (X_1) dan desain produk (X_2), serta variabel terikat yaitu daya beli konsumen (Y). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel diambil dengan rancangan sampel nonprobabilitas dengan teknik pengambilan accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan konsumen yang kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sebagai sampel.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

III. Diskusi dan Hasil

Data yang dijadikan dasar perhitungan adalah data primer pada penelitian dilakukan yaitu pada bulan Januari 2021. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan produk dari PT. Ria Indah Mandiri Medan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	68	80.0	80.0	80.0
Perempuan	17	20.0	20.0	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-20 tahun	13	15.3	15.3	15.3
21-24 tahun	58	68.2	68.2	83.5
>24 tahun	14	16.5	16.5	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 tahun	25	29.4	29.4	29.4
> 1 tahun	60	70.6	70.6	100.0
Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

Item No.	STS		TS		KS		S		SS		Rata-rata skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki ketahanan dari produk lain	0	0	0	0	23	27,06	40	47,06	22	25,88	3.99
Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki kehandalan dari produk lain	0	0	0	0	18	21,18	40	47,06	27	31,76	4.11
Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki estetika dari produk lain	0	0	0	0	12	14,12	24	28,24	49	57,65	4.44
Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki kenyamanan dari produk lain	0	0	0	0	36	42,35	31	36,47	18	21,18	3.79

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Desain Produk

Item No.	STS		TS		KS		S		SS		Rata-rata skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki variasi desain dari produk lain	0	0	0	0	20	23,53	36	42,35	29	34,12	4.11
Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki warna menarik dari produk lain	0	0	0	0	20	23,53	40	47,06	25	29,41	4.06
Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki warna berbeda dari produk lain	0	0	0	0	36	42,35	33	38,82	16	18,82	3.76
Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan nyaman dipakai dari produk lain	0	0	0	0	29	34,12	40	47,06	16	18,82	3.85

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Beli

Item No.	STS		TS		KS		S		SS		Rata-rata skor
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya membeli Produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan karena kebutuhan	0	0	0	0	8	9,41	51	60,00	26	30,59	4.21
Saya mencari informasi tentang produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan	0	0	0	0	20	23,53	42	49,41	23	27,06	4.04
Saya membandingkan produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan dengan produk lain	0	0	0	0	21	24,71	38	44,71	26	30,59	4.06
Saya membeli produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan karena suka	0	0	0	0	17	20,00	34	40,00	34	40,00	4.20

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.538	1.690		.910	.365
Kualitas Produk	.232	.110	.208	2.116	.037
Desain Produk	.293	.124	.261	2.372	.020

a. Dependent Variable: Daya beli

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = 1.538 + 0,232 X_1 + 0,293 X_2$$

Uji Signifikansi Serempak (Uji F)

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dilakukan untuk melihat apakah semua variabel dependen (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara serempak terhadap variabel independen (Y).

Hasil Uji F Signifikansi Serempak (Uji-F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	228.960	3	76.320	27.080	.000 ^b
Residual	228.287	81	2.818		
Total	457.247	84			

a. Dependent Variable: Daya beli

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

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Uji Signifikansi Parsial (Uji -t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.538	1.690		.910	.365
Kualitas Produk	.232	.110	.208	2.116	.037
Desain Produk	.293	.124	.261	2.372	.020

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.482	1.679

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kualitas Produk, Desain Produk

b. Dependent Variable: Daya Beli

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah, 2021)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, terlihat seluruh pernyataan valid, karena seluruh nilai *Corrected Item-Total Correclation* pada tiap pernyataan memiliki nilai diatas 0,361 sehingga dapat dinyatakan 15 (lima belas) butir pernyataan pada kuesioner dalam penelitian ini valid yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan uji reliabilitas menjelaskan bahwa semua butir pernyataan instrument kuesioner memiliki reliable sangat baik karena

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,943 lebih besar dari 0,80 sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat disebarkan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas produk dan desain produk secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel daya beli. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji nilai F_{hitung} yang menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (27,080) > F_{tabel} (2,71) dan sig (0,000) lebih kecil dari alpha (0,05).

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih dominan dibandingkan responden perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih banyak dibandingkan responden perempuan. Karakteristik responden berdasarkan usia terlihat bahwa usia 21-24 tahun lebih banyak membeli dan menggunakan produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan. Kemudian untuk karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan produk menunjukkan bahwa banyak responden yang paling lama menggunakan produk adalah >1 tahun.

Berdasarkan uji-t dapat diketahui bahwa variabel-variabel kualitas produk, dan desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli.

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien β_1 (X_1) = 0,232. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh secara positif terhadap daya beli, atau dengan kata lain, jika variabel kualitas produk ditingkatkan sebesar satu satuan, maka daya beli akan meningkat sebesar 0,232 dengan asumsi variabel lain tetap. Dari hasil perhitungan uji secara parsial variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.116 sedangkan nilai t_{tabel} 1,98. Dengan demikian nilai t_{hitung} (2.116) > t_{tabel} (1,98) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,037 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli (Y) produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan pada masyarakat artinya jika variabel kualitas produk ditingkatkan maka daya beli akan meningkat. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel kualitas produk. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang produk fashion dari

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki kehandalan yang berbeda dari produk lain.

Kualitas produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan dan mengikuti trend menambah nilai kehandalan bagi yang menggunakannya. Sehingga semakin sesuai dengan harapan responden yang ditawarkan produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan dengan kualitas produk maka dapat memberi pengaruh yang positif terhadap daya beli produk. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan menurut Kotler & Armstrong (2012) adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ghufron (2017) yang menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya beli Sepatu News Balance Mahasiswa.

Pengaruh Desain Produk Terhadap Daya Beli

Berdasarkan analisis regresi berganda koefisien $\beta_2 (X_2) = 0,293$. Ini menunjukkan bahwa variabel desain produk (X_2) berpengaruh secara positif terhadap daya beli, atau dengan kata lain, jika variabel desain produk ditingkatkan sebesar satu satuan, maka daya beli akan meningkat sebesar 0,293 dengan asumsi variabel lain tetap. Dari hasil perhitungan uji secara parsial variabel desain produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.372 sedangkan nilai t_{tabel} 1,98. Dengan demikian nilai $t_{hitung} (2.372) > t_{tabel} (1,98)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa desain Produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli.

Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel desain produk. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan memiliki varian desain yang berbeda dari produk lain. Desain produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan yang mengikuti trend menambah nilai kepercayaan diri bagi yang menggunakannya. Sehingga semakin sesuai dengan harapan responden yang ditawarkan produk fashion dari PT. Ria Indah Mandiri Medan dengan desain Produk maka dapat memberi pengaruh yang positif terhadap daya beli produk.

IV. Kesimpulan

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

Kualitas produk dan desain produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen pada PT. Ria Indah Mandiri Medan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen pada PT. Ria Indah Mandiri Medan. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen pada PT. Ria Indah Mandiri Medan.

V. Bibliografi

- Agasta, M, & Albertus. (2015). Pengaruh Desain Produk Terhadap Daya beli Produk Produk Futsal Specs. Kota Bandung.
- Amin, Syukron, Muhammad, & Kholil. (2013). Six Sigma Quality For Business Improvement. Jakarta : Graha Ilmu.
- Asshiddieqi, F. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Promosi Terhadap Daya beli, (Studi kasus pada produk tas di Semarang).
- Crisna, & Wahyu Nur Putri. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk, Terhadap Daya beli Tas Sophie Paris. Uni. Jurnal Ekonomi* (Vol. Vol.1). versitas Nusantara PGRI Kediri.
- Danang. (2012). *dasar - dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Fure, Ferdianto , & dkk. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Daya beli Konsumen Di J.CO Manado. *Jurnal EMBA, III, No.1*, 367-377.
- Ilmaya, & Fahma. (2011). *Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Daya beli di Batik Eka*. Semarang.
- Indonesia, S. (2012, Juni 12). Analisa Kualitas Proses Anda dengan Value Stream Mapping (VSM). Dipetik Desember 23, 2018, dari <http://shiftindonesia.com/lean-six-sigma-analisa-kualitas-proses-anda-dengan-value-stream-mapping-vsm/>
- Irawan, & Dharmestha. (Mei 2021). *Komunikasi Personal*. Medan.
- Jonathan, MD, & Rahardjo. (2016). *Analisis Pengendalian Kualitas Untuk Mengendalikan Produk Cacat (Studi pada PT. Mazebah Saroha-Jakarta)*. Jakarta.
- Karina, Ni Putu Novia dan Seminar, & Ni Ketu. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Daya beli Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E Jurnal Manajemen Unud*, 1610-1623, Vol. 4, No. 6.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition : Pearson Prentice Hall.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Daya Beli Konsumen Pada PT. Ria Indah Mandiri Medan

Deborah Belinda

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

- Kotler, & Situmorang. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Kotler, Philip , & Gary Armstrong. (2013). *Desain Produk, Edisi 15*. Pearson : Prentice Hall. New Jersey.
- Melsas, R., Rosin, A, & Drovta,I. (2016). Value Stream Mapping for Evaluation of Load.
- Putong. (2014). Daya beli dan sikap pelanggan terhadap pemakaian (usage) telpon) diakses pada tanggal 3 November. Diambil kembali dari http://repository.upi.edu/operator/upload/t_mmb__0708028_chapter1.pdf.
- Rosnani. (2011). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen PT Gramedia. Jakarta : Pustaka Utama.
- Saidani, Basrah, & DKK. (2013). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Daya beli Produk Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4, No. 2.
- Saladin, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.
- Tannady, & Hendy. (2015). *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: Graha Ilmu