PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN DISTRO AIRPLANE SYSTM BANDUNG

Oleh:
Ridwan Taofik
Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen
Universitas Komputer Indonesia

ABSTRAK

Keputusan pembelian di pengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu diantaranya desain produk dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm Bandung. (2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm Bandung. Dan (3) Pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm Bandung. Sebanyak 100 konsumen diambil sebagai sampel melalui teknik penarikan sampel dengan metode *sample random sampling.* Data di kumpulkan melalui penyebaran kuesioner, observasi dan wawancara. Metode survey yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Data di analisis dengan metode *simple regression analysis* dengan menggunakan software program SPSS 21.0 for window. Hasil penelitian menunjukan desain produk dan harga memberikan pengaruh yang relatif besar terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm Bandung secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Desain Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Purchase decisions influence by a variety of factors, one of which product design and pricing. This research aims to know the: (1) Influence product design towards purchasing decisions on a company airplane systm distro Bandung. (2) the influence of the price against the buying decision on a company airplane systm distros in Bandung. And (3) the influence of product design and the price of the purchase on a company airplane systm distros in Bandung. As many as 100 of the consumer is taken as a sample through the sample withdrawal technique method sample random sampling. The data collected through the dissemination of questionnaires, observation and interview. The survey method used is descriptive and verifikatif. Data analysis with the method of simple regression analysis by using the software SPSS 21.0 program for window. Research results showed the product design and pricing gives the relatively great influence towards purchasing decisions on a company airplane systm distro Bandung partially or simultaneous.

Keyword: Product Design, Pricing, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Melihat perkembangan zaman yang serba modern ini, manusia tidak dapat jauh dari teknologi yang terbaru karena teknologi yang terbaru merupakan kebutuhan manusia, begitu pun dalam perkembangan bisnis nya manusia selalu mengikuti tren yang terbaru atau up to date di setiap keinginan memiliki barang yang di ingin kan nya. salah satunya perkembangan bisnis dalam penjualan T-shirt atau kaos dimana manusia di zaman modern ini tentunya mempunyai keinginan untuk mempunyai penampilan yang menarik, dimana perusahaan saling mengeluarkan produk terbaru untuk mencari perhatian dari konsumen nya. Seperti perusahaan distro / clothing AirPlane Systm yang menjual produk seperti t-shirt, jaket, celana dan lainnya perusahaan distro/clothing ini bersifat umum produknya bisa di miliki semua orang namun dalam penjualan nya sedikit bermasalah karena persaingan yang ketat dan banyak nya pesaing pesaing baru yang mampu menciptakan inovasi sehingga konsumen merasa tertarik. Semakin banyak nya pesaing bermunculan dalam bidang penjualan t-shirt dll, perusahaan airplane systm belum mampu untuk menarik konsumen yang semakin banyak, konsumen pindah ke distro lain untuk melakukan pembelian seperti t-shirt, jaket, celana dan lain lain. dan pada dasar nya konsumen belum merasa puas dengan produk yang di tampilkan seperti sedikit nya desain, tingginya harga yang di pasarkan, karena kebutuhan konsumen yang beragam perusahaan belum mampu memberikan banyak pilihan kepada konsumen sehingga konsumen memilih distro lain untuk menyalurkan keinginan nya.

Distro airplane systm terdapat kurang nya desain yang di pasarkan dan kurang menariknya desain yang di berikan oleh distro airplane systm dalam penjualan t-shirtnya dapat di perkuat dengan hasil kuesioner sebesar 60% setuju dengan kurangnya desain produk, kuersioner yang setuju dengan pernyataan tingginya harga sebesar 80%, dan keputusan pembelian sebesar 77% setuju dengan konsumen lebih melihat orang lain dalam keputusan pembeliannya.

Menurut Kotler dan Keller (2009), desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya (Kotler, 2005) dan keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual(Kotler dan Amstrong, 2008).

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah tersebut , maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana desain produk pada perusahaan distro airplane system menurut pandangan konsumen.
2. Bagaimana gambaran konsumen pada harga di perusahaan distro airplane system.

3. Bagaimanakah keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk pada perusahaan distro airplane system.
4. Sejauh manakah pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm baik secara parsial dan simultan.

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pandangan konsumen dalam desain produk pada perusahaan distro airplane system.
2. Untuk mengetahui gambaran harga pada perusahaan distro airplane system.
3. Untuk mengetahui konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane system.
4. Untuk mengetahui sejauh manakah pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm baik secara parsial dan simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Desain produk

Menurut Kotler dan Keller (2009:10), desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Dari pengertian diatas menjelaskan bahwa desain adalah bidang keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman manusia yang mencerminkan kepada apresiasi dan adaptasi lingkungannya.

Menurut Kotler terdapat 7 parameter desain produk yaitu, Kotler (2005):

1. Ciri-ciri
2. Kinerja
3. Mutu Kesesuaian
4. Tahan Lama (Durability)
5. Tahan Uji (Reliabilitas)
6. Kemudahan Perbaikan (Repairability)
7. Model (Style)

Dalam penelititan ini indikator seperti kinerja, tahan uji dan kemudahan perbaikan tidak di gunakan karena mengikuti kesesuain dengan penelitian, kesesuaian penelitian maksudnya seperti indikator tahan uji dan kinerja dimana produk seperti t-shirt tidak bisa bertahan apabila terkena api dan t-shirt itu pun tidak bisa di perbaiki sehingga t-shirt tidak kuat dan rusak maka dari itu indikator tahan uji, kinerja dan kemudahan perbaikan tidak di masuk kan .

Harga

Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya (Kotler, 2005).

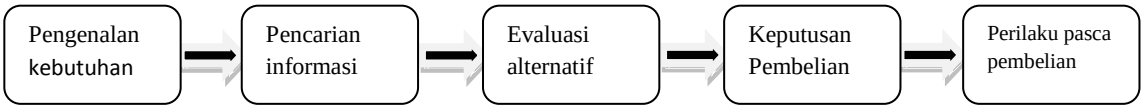
penulis mengukur variabel harga yang mengacu kepada penelitian Rosvita dan Kotler & Amstrong ,dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk,

potongan harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Indikator yang kuat dapat digunakan sebagai dasar untuk pertumbuhan dan perluasan perusahaan.

Keputusan pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong, (2008:179). Pengertian keputusan pembelian sebagai berikut : "Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual".

Menurut Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2009:184) mengemukakan bahwa proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan. Tahapan pembelian konsumen tersebut antara lain:



Dari uraian indikator di atas maka peneliti mengacu pada Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2009:184) yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Indikator evaluasi alternatif tidak di masukan karena dalam penelitian ini konsumen tidak terlalu langsung untuk mengevaluasi dalam memenuhi kebutuhan nya karena kebutuhan konsumen, konsumen langsung menetapkan pada keputusan pembelian untuk suatu produk.

Penelitian Terdahulu

Yudhi Soewito,2013. *Kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio*. Maraknya persaingan bisnis saat ini menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif terhadap produk untuk dibeli, hal ini karena banyaknya produk yang ditawarkan oleh produsen dengan berbagai merek, desain, serta kualitas produk yang bervariasi yang akan menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian.

Fuad Asshiddieqi, Mudiantono, 2012. *Analisis pengaruh harga, desain produk, dan citra merk terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di Distro Ultraa Store Semarang).* Dengan menggunakan konsep yang berbeda bila dibandingkan dengan distro lain yang ada di Semarang, Ultraa store terus mencoba menyediakan produk-produk yang berkualitas dan pelayanan yang maksimal.

Jilly Bernadette Mandey, 2013. *Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian rokok surya promild.* Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan :
1. Promosi, Distribusi, Harga mempunyai pengaruh serempak terhadap Keputusan Pembelian rokok Surya ProMild.

Fahma Ilmaya, 2011. *Analisi pengaruh interaksi harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian batik di eka batik semarang*. Pada kelompok harga dan desain produk, responden paling banyak berada pada kelompok harga terjangkau dan model terbaru.

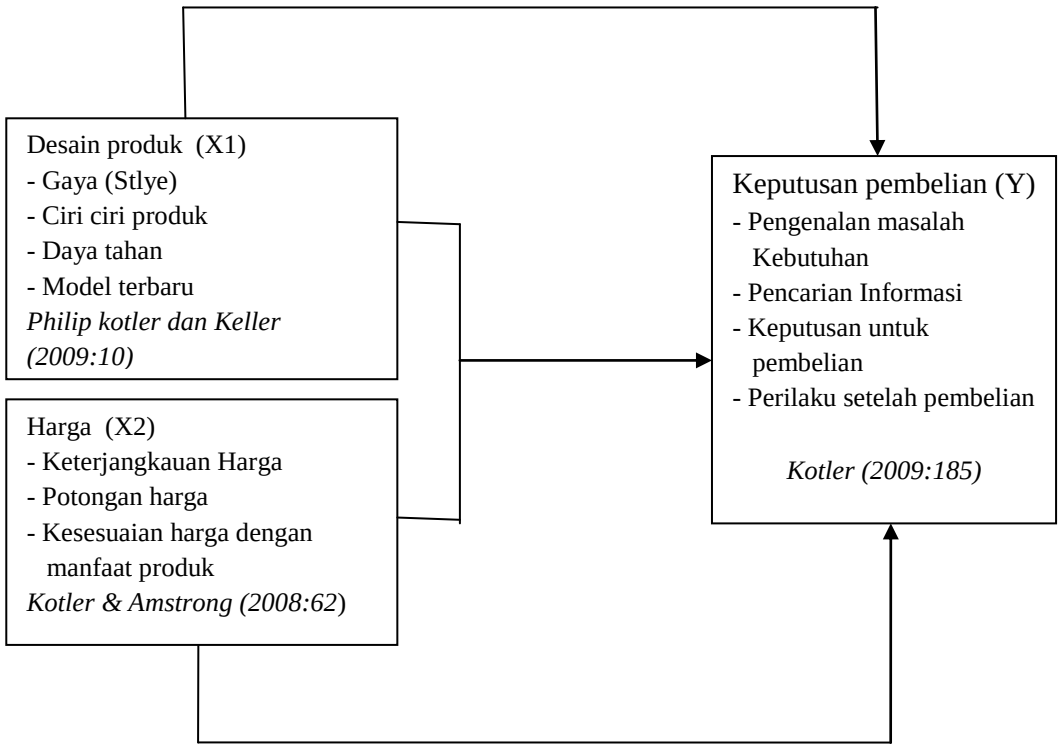
EvaninaSianturi , Erida , AdeTiti Nifita , 2012. *Pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap kepu-tusan meng-gunakan blackberry.* Secara simultan kelompok referensi dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *BlackBerry* pada mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jambi.

Owusu Alfred , 2013. *Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Harga dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan konsumen mempertimbangkan harga dan kualitas dalam situasi pembelian mereka.

Kerangka Pemikiran

Kebutuhan konsumen saat ini sudah mengarah pada gaya hidup yang selanjutnya akan menentukan pilihan pilihan terhadap suatu barang dan jasa kemudian akan menjadikan seseorang berubah menjadi konsumtif. Konsumen pada umumnya lebih menyukai produk produk yang kreatif dan inovatif sehingga menuntut suatu perusahaan untuk mampu menciptakan suatu produk yang berbeda yang dapat dilihat dari segi bentuk , desain dan fungsi produk tersebut. Dengan adanya produk-produk yang lebih berkualitas dan bermanfaat sesuai dengan perkembangan yang ada sehingga menarik minat beli konsumen. Fakta ini dapat dijadikan peluang oleh perusahaan yang dapat membaca kesempatan yang ada yang terjadi di masyarakat. Perusahaan dapat menunjukan segmen yang tepat untuk memasarkan barang dan jasa sesuai dengan fakta yang ada di masyarakat , dari strategi perusahaan dalam mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen. Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian nya lebih melihat penampilan seperti desain produk yang bermacam macam sehingga konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginan nya dan tentunya harga .

Skema Paradigma :



HIPOTESIS :

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

Hipotesis utama :

1. Terdapat pengaruh Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada distro Airplane systm Bandung

Sub Hipotesis :

1. Variabel Desain produk berpengaruh positive terhadap Keputusan Pembelian pada distro Airplane systm Bandung
2. Variabel Harga berpengaruh positive terhadap Keputusan Pembelian pada distro Airplane systm Bandung

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Objek dalam Penelitian ini adalah desain produk, harga dan keputusan pembelian. Penelitian di lakukan pada konsumen Airplane systm Bandung.

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang Digunakan	Unit Analisis	Time Horizon
T-1	*Descriptive*	Descriptive Survey	Perusahaan Airplane systm Bandung	Cross Sectional
T-2	*Descriptive*	Descriptive Survey	Perusahaan Airplane systm Bandung	Cross Sectional
T-3	*Descriptive*	Descriptive Survey	Perusahaan Airplane systm Bandung	Cross Sectional
T-4	*Descriptive dan Verificative*	Descriptive Survey	Perusahaan Airplane systm Bandung	Cross Sectional

Operasionalisasi Variabel

Variabel Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	No. kuisioner	Skala	Sumber data
Desain Produk (X1) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. *Kotler dan Keller (2009:10).*	• *Gaya (Stlye)*	- Modis	Tingkat ke-Modis an yang baik.	1	ORDINAL	**KONSUMEN**
		- Menarik untuk di lihat	Tingkat kemenarikan produk	2	ORDINAL	**DISTRO**
		- Model terbaru	Tingkat mengikuti perkembangan tren yang cepat	3	ORDINAL	**AIRPLANE**
	• *Daya tahan*	- Desain tidak cepat hilang/lun-tur	Tingkat desain produk yang baik	4	**ORDINAL**	**SYSTM**
		- Tahan lama	Tingkat kekuatan produk tahan lama	5		
		- Kualitas yang baik	Tingkat kualitas produk baik	6		
	• *Model terbaru*	- Desain mengikuti tren/Perkem	Tingkat model desain yang	7, 8		

		-bangan jaman terbaru				
	• *Ciri ciri produk*	- logo merk yang di kenal konsumen	Tingkat dikenalnya logo merk oleh konsumen	9		
Harga(X2) adalah salah satu bauran pema-saran yang meng-hasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. *(Kotler, 2005).*	*1. Keterja-ngkauan harga*	- Semua kalangan konsumen bisa membeli	Tingkat konsumen dalam membeli	10	**ORDINAL**	**KONSUMEN DISTRO AIRPLANE SYSTM**
		- Keringanan dalam membeli	Tingkat keringanan dalam membeli	11		
	2. Potongan harga	- Variasi harga	Tingkat Variasi harga	12		
		- Potongan harga yang tinggi	Tingkat potongan harga yang tinggi	13		
	3. *Kesesuai an harga dengan manfaat*	- Kepuasan harga dengan produk yang di berikan	Tingkat kepuasan harga dan produk	14		
		- Kepercayaa n terhadap produk	Tingkat kepercayaan pada produk	15		

Keputusan pembelian (Y) adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan – tahapan yang di lalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi : Kebutuhan yang dirasakan, Kegiatan sebelum membeli, Perilaku waktu memakai, dan Perasaan setelah membeli. *Kotler (2002: 204)*	*1. Pengenalan masalah kebtuhan*	- menyadari adanya keinginan / kebutuhan	Tingkat kebutuhan konsumen	16	**ORDINAL**	**KONSUMEN DISTRO AIRPLANE SYSTM**
		- Ketertari-kan pada merk/brand	Tingkat ketertarikan pada merk/brand	17		
	2. Pencari-an informasi tentang produk	- Mengetahui kualitas produk yang di inginkan	Tingkat kualitas produk yang di inginkan	18		
	3. Keputu-san untuk pembe-lian	- Kepercaya-an terhadap produk	Tingkat kepercayaan pada produk	19		
		- Menarik-nya produk yang di pasarkan	Tingkat menarik nya produk	20		
		- Keinginan mempunyai produk yang di pakai konsumen airplane	Tingkat keinginan mempunyai produk	21		

	4. *Perilaku setelah pembe-lian*	- Kepuasan konsumen - Kemungkinan akan melakukan pembelian lagi	Tingkat kepuasan konsumen Tingkat akan melakukan pembelian lagi	22 23		

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan data sekunder karena mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah pihak perusahaan distro Airplane systm Bandung.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Distro Airplane systm Bandung, khususnya pada konsumen distro Airplane systm Bandung dimana total penjualan pada tahun 2013 sebanyak 3.548. Dengan demikian populasi di ambil dari total penjualan pada tahun 2013 , maka besarnya populasi dalam penelitian ini sebesar 3.548 .

Dalam penelitian ini penulis mengambil anggota sampel dari populasi dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :
n = Jumlah sampel
N = Jumlah populasi
e = Batas kesalahan yang di toleransi (1%, 5%, 10%)

Jika penelitian menggunakan metode deskriftif , maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus di ambil adalah 10% dari jumlah populasi yang di ketahui. Berikut ini adalah jumlah sampel yang akan di gunakan dalam penelitian :

$$n = \frac{3548}{1+3548(0.1)^2}$$

$$n = \frac{3548}{36{,}48} = 97{,}2 = 100$$

Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen distro Airplane systm Bandung. Sampel dari penelitian ini adalah mengambil sampel secara acak dalam populasi yang di sebut *simple random sampling.* Sample secara acak pada konsumen distro airplane systm dengan melakukan penyebaran kuisioner sebanyak 100 orang konsumen.

Rancangan analisis

Uji Validitas

Uji validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini yaitu untuk menggambarkan variabel desain produk (X1) dan harga (X2) dan keputusan pembelian (Y).

Uji Reliabilitas

reliabilitas dapat dikemukakan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil di antara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten.

Uji MSI (Data Ordinal Ke Interval)

Sehubungan dengan penelitian ini yang menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, sedangkan syarat analisis dengan verifikatif uji statistik menggunakan *korelasi pearson* minimal berskala interval, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131).

Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Regresi berganda berguna untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y).

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel bebas adalah desain produk (X1) dan harga (X2), sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Menurut riduwan (2007:152) Berikut ini rumus regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$$

Dimana:

Y= Variabel Y (keputusan pembelian)
α = Konstanta persamaan regresi
β1 = Koefisien regresi variabel X1
β2 = Koefisien regresi variabel X2

X1= Variabel X1 (desain produk)
X2 = Variabel X2 (harga)

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Melakukan uji T untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel tidak bebas secara parsial. Uji T dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Rumus uji T yang digunakan adalah:

$$(X1.\ X2) = \frac{b1,\ b2\ thitung}{se\ (b1,\ b2)}$$

Keterangan:
thitung (X1, X2) : Nilai thitung X1 (*desain produk*), X2 (*harga*)
b1, b2 : Koefisien regresi X1, X2
se : Std. error koefisien regresi X1, X2

b. Merumuskan hipotesis
Ho : β1 = 0 : *Desain produk* tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro Airplane systm Bandung .
Ha : β1 ≠ 0 : *Desain produk* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada perusahaan distro Airplane systm Bandung.
Ho : β2 = 0 : Harga tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian kosumen pada perusahaan distro Airplane systm Bandung.
Ha : β2 ≠ 0 : Harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada pada perusahaan distro Airplane systm Bandung.

Menentukan tingkat signifikan yaitu α = 5% , untuk menentukan nilai ttabel sebagai batas penerimaan dan penolakan hipotesis.
d. Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan ttabel sebagai berikut:
 Jika nilai t_{hitung} > ttabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
Artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
 Jika nilai t_{hitung} < ttabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak.
Artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :
Dimana :
JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi}/k}{JK_{residu}/\{n-(k+1)\}}$$

K = jumlah variabel bebas

n = jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan microsoft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$ maka H_o yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan niai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

b. Hipotesis :

H_o ; $\rho = 0$, tidak terdapat pengaruh Desain produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian

H_1 ; $\rho \neq 0$, terdapat pengaruh Desain produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian

c. Kriteria pengujian :

H_o ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel} ($\alpha = 0,05$)

Apabila pada pengujian secara simultan H_o ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah yxi 0. Untuk mengetahui pyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian

Dalam bab ini dikemukakan hasil penelitian dan pembahasan dari pengolahan data primer yang diperoleh dari responden melalui angket yang disebar kepada 100 orang konsumen Distro Airplane System Bandung.

Untuk melihat tanggapan-tanggapan penilaian responden terhadap setiap variabel yang diteliti, dilakukan analisis deskriptif dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase yang diperoleh dari perbandingan antara skor aktual (skor penjumlahan dari jawaban responden) dengan skor ideal (skor tertinggi yang mungkin dicapai). Untuk mempermudah dalam menginterpretasikan hasil penilaian responden, peneliti mengacu pada kriteria persentase skor tanggapan responden sebagai berikut:

Kriteria Penilaian Secara Umum

No	% Skor	Kriteria
1	20.00%-36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01%-52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01%-68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01%-84.00%	Baik/Tinggi
5	84.00%-100%	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-Laki	81	81
2	Perempuan	19	19
Total		**100**	**100**

Berdasarkan hasil penelitian jenis kelamin yang paling besar yaitu laki laki karena memiliki selera yang cukup tinggi untuk membeli keperluan nya dalam membeli produk di bandingkan dengan perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	%
1	<17 Tahun	14	14
2	17 - 23 Tahun	79	79
3	24 - 30 Tahun	5	5
4	>30 Tahun	2	2
Total		**100**	**100**

Karakteristik responden berdasarkan usia yang paling besar yaitu usia 26-30 tahun karena memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi yang ingin memberikan penampilan terbaiknya, dan telah mempunyai pilihan terhadap gaya hidupnya.

Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	%
1	Pelajar	14	14
2	Mahasiswa	76	76
3	Pegawai Swasta/Negeri	2	2
4	Wiraswasta	6	6
5	Lainnya	2	2
Total		**100**	**100**

Tabel di atas menggambarkan distribusi karakteristik responden berdasarkan profesi. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa sebagian besar responden berprofesi sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 76 orang atau 76%, diikuti dengan profesi sebagai pelajar sebanyak 14 orang (14%) dan wiraswasta sebanyak 6 orang (6%).

ANALISIS DESKRIPTIF

Variabel Desain Produk

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Desain produk(X1)

No	Variabel	Sub Variabel	Skol Aktual	Skor Ideal	Persentase	Kategori
1	Desain Produk (X1)	Gaya (*Style)*	785	1500	52,33	Cukup
2		Daya Tahan	950	1500	63,33	Cukup
3		Model Terbaru	621	1000	62,10	Cukup
4		Ciri-ciri produk	421	500	84,20	Sangat Tinggi
5	**Total**		**2777**	**4500**	**61,71**	**Cukup**

Tabel di atas menjelaskan rekpitulasi tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai desain produk Airplane System. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa skor aktual yang diperoleh sebesar 2777 dan skor ideal yang dicapai sebesar 4500. Dari hasil perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal tersebut, diperoleh nilai persentase sebesar 61,71%. Nilai ini terletak diantara rentang interval antara >52% - 68% dan berada dalam kategori cukup.

Variabel Harga

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga

No	Variabel	Sub Variabel	Skol Aktual	Skor Ideal	Persentase	Kategori
1	Harga (X2)	Jangkauan Harga	721	1000	72,10	Tinggi
2		Potongan Harga	704	1000	70,40	Tinggi
3		Kesesuaian Harga	454	1000	45,40	Rendah
Total			**1879**	**3000**	**62,63**	**Cukup**

Tabel di atas menjelaskan rekpitulasi tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai harga Airplane System. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa skor aktual yang diperoleh sebesar 1879 dan skor ideal yang dicapai sebesar 3000. Dari hasil perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal tersebut, diperoleh nilai persentase sebesar 62,63%. Nilai ini terletak diantara rentang interval antara >52% - 68% dan berada dalam kategori cukup.

Variabel Keputusan Pembelian

Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

No	Variabel	Kuisioner	Skol Aktual	Skor Ideal	Persentase	Kategori
1	Keputusan pembelian (Y)	Pengenalan masalah	640	1000	64,00	Cukup
2		Pencarian informasi	642	1500	42,80	Rendah
3		Keputusan untuk pembelian	916	1500	61,07	Cukup
		Perilaku setelah pembelian	916	1500	61,07	Cukup
Total			2198	4000	54,95	Cukup

Tabel diatas menjelaskan rekpitulasi tanggapan-tanggapan penilaian responden mengenai keputusan pembelian Airplane System. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa skor aktual yang diperoleh sebesar 2198 dan skor ideal yang dicapai sebesar 4000. Dari hasil perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal tersebut, diperoleh nilai persentase sebesar 54,95%. Nilai ini terletak diantara rentang interval antara >52% - 68% dan berada dalam kategori cukup.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Diperoleh informasi bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel desain produk memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis (0,300) maka seluruh pernyataan tersebut dikatakan valid. diperoleh informasi bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel harga memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis (0,300) maka seluruh pernyataan tersebut dikatakan valid. diperoleh informasi bahwa seluruh pernyataan yang diajukan untuk variabel keputusan pembelian memiliki nilai koefisien validitas di atas titik kritis (0,300) maka seluruh pernyataan tersebut dikatakan valid.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien reliabilitas untuk desain produk, harga, dan keputusan pembelian memiliki nilai koefisien reliabilitas > 0,700, sebagai nilai batas instrumen penelitian dikatakan dapat digunakan.

Analisis Regresi Berganda

Dengan menggunakan software SPSS. Diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut :

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.847	1.876	
	Desain Produk	.309	.052	.417
	Harga	.628	.057	.766

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan variabel terikat ketika variabel bebas dinaikkan atau diturunkan. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Dari tabel di atas diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2{,}847 + 0{,}309X_1 + 0{,}628X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

a. Konstanta sebesar 2,847 menyatakan bahwa jika desain produk harga bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka keputusan pembelian akan bernilai sebesar 2,847.
b. Nilai X_1 yaitu desain produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,309, artinya jika desain produk meningkat satu satuan, sementara harga konstan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,309 satuan.
c. Nilai X_2 yaitu harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,628, artinya jika harga meningkat satu satuan, sementara desain produk konstan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,628 satuan.

Analisis Korelasi

Hasil perhitungan korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754[a]	.569	.560	2.40614

a. Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel output di atas terlihat bahwa nilai koefisein korelasi yang diperoleh antara desain produk (X_1) dan harga (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,754. Berdasarkan kriteria interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,754 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, berada pada interval 0,60 – 0,799. Kesimpulannya bahwa nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah searah, artinya jika desain produk(X1) dan harga(X2) mengalami peningkatan maka keputusan pembelian(Y) akan meningkat karena mempunyai tingkat keeratan yang kuat.

Koefisien Determinasi

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh *output* sebagai berikut :

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754[a]	.569	.560	2.40614

a. Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi atau R-square yang diperoleh sebesar 0,569 atau 56,9%. Hal ini menunjukkan bahwa desain produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 56,9%. Sedangkan sisanya sebesar 100% - 56,9% = 43,1% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Variabel lain yang tidak di teliti contohnya seperti citra merk, selebrity endorse, gaya hidup dan lain nya.

Sedangkan untuk melihat besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan perhitungan dengan menggunakan formula *Beta* x *Zero Order* Beta adalah koefisien regresi yang telah distandarkan, sedangkan *zero order* merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai *beta* dan *zero order* sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Desain Produk	,417	,187
	Harga	,766	,641

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilakukan perhitungan untuk memperoleh pengaruh parsial dari setiap variabel bebas sebagai berikut :

Desain produk (X_1)	0,417 x 0,187 = 0,078 atau 7,8%
Harga (X_2)	0,766 x 0,641 = 0,491 atau 49,1%

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa pengaruh terbesar berasal dari variabel harga (X_2) dengan kontribusi pengaruh sebesar 49,1%, sedangkan variabel desain produk (X_1) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 7,8%.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T-statistik)

Dengan menggunakan *SPSS.21*, diperoleh hasil uji hipotesis parsial sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.847	1.876		1.518	.132
	Desain Produk	.309	.052	.417	5.960	.000
	Harga	.628	.057	.766	10.959	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (X_1)

$H_0 : \beta_1 \geq 0$, Desain produk tidak memberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perusahaan distro Airplane system Bandung.

$H_a: \beta_1 < 0$, Desain produk memberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perusahaan distro Airplane system Bandung.

Dengan taraf signifikansi 5%

Kriteria : Tolak H_0 jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya.

Dari tabel output di atas, dapat dilihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel desain produk (X_1) adalah sebesar 5,960. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=100-2-1=97, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar (1,985). Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variable desain produk (X_1) sebesar 5,960 > t tabel (1,985), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial, desain produk memberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Pengujian Hipotesis Parsial (X_2)

Ho : $\beta 2 = 0$: Harga tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian kosumen pada perusahaan distro Airplane system Bandung.

Ha : $\beta 2 \neq 0$: Harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada pada perusahaan distro Airplane system Bandung

Dengan taraf signifikansi 5%

Kriteria : Tolak H_o jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dari tabel output di atas, dapat dilihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel harga (X_2) adalah sebesar 10,959. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=100-2-1=97, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar (1,985). Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variable harga (X_2) sebesar 10,959 > t tabel (1,985), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial, harga memberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

a. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F-Statistik)

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah desain produk dan harga secara simultan memberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan rumusan hipotesis statistik sebagai berikut:

H_o ; $\rho = 0$, tidak terdapat pengaruh Desain produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian.

H_1 ; $\rho \neq 0$, terdapat pengaruh Desain produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian.

Dengan taraf signifikansi 0,05%

Kriteria : Tolak H_0 jika F hitung > F tabel, terima dalam hal lainnya

Untuk menguji hipotesis di atas digunakan statistik uji-F yang diperoleh melalui tabel anova seperti yang disajikan pada tabel di bawah ini :

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	740.771	2	370.386	63.975	.000[b]
	Residual	561.582	97	5.790		
	Total	1302.354	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 63,975 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini menjadi statistik uji yang akan dibandingkan dengan nilai F dari tabel dimana pada tabel F untuk $\alpha = 0,05$ dan df_1: 2 dan df_2: n-k-1 (100-2-1) = 97, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,090. Karena F_{hitung} (63,975) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,090) maka pada tingkat kekeliruan 5% (α=0,05) diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa desain produk dan harga secara simultan memberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat di tarik kesimpulan :

1. Desain produk pada perusahaan Distro Airplane System menurut pandangan konsumen tergolong cukup/sedang atas desain yang di pasarkan oleh perusahaan, karena desain yang di pasarkan tidak terlalu menarik dan lebih menonjolkan akan ciri produk distro seperti lebih menonjolkan logo atau brand dalam produk.
2. Harga pada perusahaan Distro Airplane System menurut pandangan konsumen tergolong cukup/sedang dengan harga yang telah di pasarkan oleh perusahaan distro airplane systm Bandung, konsumen menilai bahwa potongan harga yang di berikan kepada konsumen dapat membantu konsumen untuk bisa membeli produk distro airplane systm tersebut.

3. Keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk pada perusahaan Distro Airplane System tergolong cukup/sedang, sebagian besar konsumen tidak terlalu mementingkan produk airplane systm dalam setiap kebutuhan terhadap fashion nya .
4. Secara simultan, desain produk dan harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm Bandung, sedangkan secara parsial, variabel harga lebih memberikan pengaruh besar dibandingkan dengan variabel desain produk, karena sebagian besar konsumen lebih mementingkan harga dalam keputusan pembelian nya dan hanya beberapa konsumen yang melihat desain dalam membeli produk distro airplane systm Bandung.

Saran :

Berdasarkan kesimpulan yang telah di buat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran saran yang dapat berguna mengenai desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm Bandung, diantaranya :

1. Di lihat dari pandangan konsumen, perusahaan distro airplane systm Bandung seharusnya bisa melihat atau memanfaatkan peluang seperti dengan menambah desain produk yang menarik sehingga konsumen bisa bebas memilih dan tentunya bisa meningkatkan keputusan pembelian yang di lakukan oleh konsumen.
2. Di lihat dari tanggapan konsumen yang menyatakan cukup terhadap harga yang di pasarkan oleh distro airplane systm, Perusahaan distro airplane systm Bandung harus bisa lebih memberikan harga spesial atau potongan harga kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan nya, dengan cara itu perusahaan bisa mempunyai keuntungan lainnya karena bisa menarik konsumen dan bisa lebih mempromosikan atau mengenalkan produk kepada konsumen lainnya.
3. Perusahaan distro airplane systm bisa lebih meningkat kan dalam penjualan produknya dengan cara melihat keinginan konsumen sesuai perkembangan jaman, atau lebih gencar dalam melakukan promosi sehingga konsumen bisa lebih mengenal distro airplane systm dan distro airplane systm bisa di jadikan solusi dalam setiap kebutuhan konsumen dalam memenuhi fashion nya.
4. Melihat dari keseluruhan variabel yang telah diteliti mengenai desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distro airplane systm Bandung secara keseluruhan nya mempunyai pengaruh , namun perusahaan distro airplane systm Bandung seharusnya tidak hanya memperhatikan variabel variabel tersebut tetapi memperhatikan variabel lain juga yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya keputusan pembelian. Karena hal ini dapat berguna sebagai salah satu bahan evaluasi kemajuan perusahaan distro airplane systm Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

Alfred Owusu, 2013. *Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study* . Ejournal of bussines andManagement, Vol.5, No.1, 2013.

Al rasyid, Harun. 1994. *Dasar dasar statistika terapan*. program pascasarjana, Unpad : Bandung.

Basu Suwasta. DH & Irawan, (1996), *Management pemasaran modern*, penerbit Liberty, Yogyakarta.

Basu, Suwasta, & Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Peri-laku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Basu, Suwasta, & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty ,Yogyakarta.

Husein, Umar. 2000. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam pemasaran*. PT. Gramedia pustaka utama, Jakarta.

Ilmaya Fahma, 2012. *Analisisis pengaruh interaksi harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian batik di eka batik semarang*. Skripsi, Universitas Diponegoro.

Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing management*. New Jersey: Prentic Hall, Jakarta.

Kotler Philip. 2005. *Manajemen pemasaran*, jilid 1, PT. Indeks kelompok, Jakarta.

Kotler, Philip., & Keller K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran, Thirteenth edition. Jilid 1*, PT. Erlangga, Jakarta.

Lembang, Rosvita Dua. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pro-mosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro*. Dipo-negoro Journal Of Management. Vol.1, No.1, Hal 61-77.

Mandey Bernadette Jily. 2013. *Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian rokok surya promild*. Jurnal Emba ISSN : 2303-1174. Universitas sam ratulangi manado.

Mashuri. 2008. *Penelitian Verifikatif. Edisi pertama*. Yogyakarta : Andi.

Mudiantono & Asshidieqi Fuad. 2012. *Analisis pengaruh harga, Desain produk dan Citra merk terhadap keputusan pembelian* (studi kasus pada produk crooz di distro ultraa store semarang). jurnal, Universitas diponegoro.

Narimawati Umi. 2008. *Teknik teknik analisis mltivariat untuk riset ekonomi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Nugroho, Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Ketiga. Kencana. Jakarta.

Saladin, Djaslim. 2007. *Intisari pemasaran dan Unsur unsur pemasaran* ISBN 979-97115-25 . Bandung: CV. Linda Karya.

Sedarmayanti. (2002). *Metode Penelitian. Jakarta* : Mandar maju.

Sianturi Evanina, Erida & Nifita Titi. 2012. *Pengaruh kelompok referensi dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan blackberry*. Jurnal ISSN : 2302-4682. Universitas Jambi.

Soewito Yudhi 2013. *Kualitas produk, Merek dan Desain pengaruhnya terhadap Keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio*. Jurnal Emba issn : 2303-1174. Universitas sam ratulangi manado.

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis* ISBN 978-979-8433-24-5. Bandung: CV.Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi diter-jemah kan oleh Hendra Teguh dkk., PT. Prenhallindo. Jakarta.