



PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PT. CAPELLA DYNAMIC NUSANTARA NAGOYA BATAM

Hari Yusnan Affandi¹, Dini Anggraini²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Batam
e-mail: haryyusnan619@gmail.com

Abstract

Age has made motorbikes as a necessary means of transportation. The purpose of this study was to determine the effect of product design, product quality and price on purchasing decisions. The population of this research is the consumers of PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam, totaling 255 people. The sample consisted of 72 respondents, who were taken by random sampling method. Data analysis using multiple regression and hypothesis testing and using SPSS version 23. The results of this study concluded that product design has a significant effect on purchasing decisions, product quality has a significant effect on purchasing decisions, prices have a significant effect on purchasing decisions. Product design, product quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Kata kunci: Product Design, Product Quality, Price, Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

Sepeda Motor sebagai moda transportasi yang diperlukan. Di tengah ketatnya persaingan akibat banyaknya produk baru, motor Honda yang sudah lama ada di Indonesia dengan segala kelebihannya terus mendominasi pasar dan seiring berjalananya waktu. yang sama memenuhi kebutuhan transportasi yang kompleks, ekonomi dan sosial. Menyikapi tantangan tersebut, organisasi yang menyelenggarakan kesuksesan sepeda motor Honda Indonesia terus memperkuat diri. Kualitas teknologi sepeda motor Honda dihargai dan diverifikasi di berbagai waktu, di jalan raya dan di trek balap. Honda sedang mengembangkan teknologi yang responsif terhadap permintaan.

Keputusan pembelian konsumen adalah cara untuk memilih salah satu solusi dari beberapa masalah yang akan diikuti.

Pelanggan kemudian dapat meninjau opsi dan mencari tahu umpan balik apa yang harus mereka ambil setelahnya. Desain produk penting dalam pemilihan produk oleh konsumen agar keputusan pembelian dapat diambil. Karena struktur eksternal produk adalah apa yang akan dilihat orang lain ketika konsumen menggunakannya.

Desain produk meliputi bentuk, warna dan tampilan. Penampilan cantik dan warna menarik akan menarik perhatian pelanggan. Pembeli sepeda motor saat ini lebih menyukai mobil beroda cepat yang nyaman dikendarai. Motor Honda di PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam telah menawarkan berbagai macam sepeda motor, dari yang artifisial hingga manual. Namun demikian, PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam menawarkan berbagai macam sepeda motor Honda dengan desain dan spesifikasi yang sama. Jenis model yang

ditawarkan kepada klien tidak banyak, tentunya sangat berbeda dengan PT. Capella Dynamic Nusantara pusat. PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam juga menawarkan berbagai macam sepeda motor Honda sehingga pelanggan dapat tertarik untuk membeli PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam.

Konsumen akan memilih atau lebih menyukai produk yang lebih berkualitas, lebih baik dan lebih inovatif. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian seseorang, namun terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli sepeda motor dan kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli. PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam telah mendonasikan sepeda motor Honda yang berkualitas.

Kualitas yang seharusnya dirasakan pelanggan hanya bergantung pada pengguna, sesuai dengan semua fitur asli yang ditangani. Sepeda motor Honda yang dijual oleh PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam memiliki sepeda motor Honda yang mengalami masalah pada mesin dan performanya, sehingga perlu dilakukan perbaikan dan tidak ada ruang untuk unit baru jika terjadi kerusakan besar.

Harga adalah salah satu faktor terpenting yang dipertimbangkan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu mewaspadai bahwa sebagian harga dapat mempengaruhi sentimen konsumen. Dalam beberapa kasus konsumen sangat memperhatikan harga. Agar harganya relatif lebih tinggi dibandingkan kompetitornya, maka dapat menghilangkan produk dari sudut pandang konsumen. Namun, dalam beberapa kasus harga dapat digunakan sebagai indikator kualitas

produk, karena harga yang lebih tinggi terlihat jelas oleh komponen tertentu, dan harga produk dapat berdampak positif atau negatif pada produk.

Strategi pembelian penting dalam memaksimalkan penjualan, sebagian menghasilkan biaya. PT. Capella Dynamic Nusantara Tiban Batam menggunakan harga yang sesuai dengan kualitas produk sepeda motor Honda. Berdasarkan hasil observasi, permasalahan yang muncul adalah konsumen tidak mendapatkan potongan harga jika membeli motor Honda yang dibeli dengan uang padahal unit yang dibeli sangat besar. Konsumen yang membeli secara kredit dibebani oleh suku bunga yang tinggi.

KAJIAN PUSTAKA

Desain Produk

Menurut Hidayah (2017) desain produk merupakan event praktis yang memasukkan komponen ekonomi, global, sosial, teknologi dan budaya dalam berbagai disiplin ilmu. Menurut Ranto (2014) desain produk merupakan salah satu aspek dari desain produk. Sedangkan menurut Mustikasari (2014) desain produk merupakan ringkasan dari komponen-komponen yang mempengaruhi penampilan dan kinerja suatu produk sesuai spesifikasi pelanggan. Tujuan dari keputusan produk adalah untuk menciptakan strategi produk yang dapat memenuhi permintaan pasar melalui peluang bersaing. Desain produk dapat fokus pada pengembangan keunggulan kompetitif dengan diferensiasi, biaya lebih rendah, respon lebih cepat, atau kombinasi ketiganya (Hidayah, 2017).

Kualitas Produk

Kualitas produk menurut Ranto (2014) adalah ringkasan dari fitur dan fitur suatu produk atau layanan berdasarkan

kemampuannya untuk memenuhi persyaratan yang dinyatakan atau dinyatakan. Menurut Saraswati (2015) nilai produk adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai di pasar sasaran dimana potensinya untuk memberikan manfaat dan kepuasan, diantaranya adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan gagasan. Menurut Permadi (2017) kualitas produk mencerminkan keseluruhan ragam penawaran produk yang menghasilkan keuntungan bagi konsumen.

Kualitas produk menurut Sunarti (2016) adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi dan fungsinya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk merupakan elemen penting dari suatu produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas untuk menarik perhatian pelanggan dan merebut pasar.

Harga

Menurut Martini (2015) harga adalah jumlah (bersama dengan beberapa produk) yang dibutuhkan untuk memperoleh produk dan layanan yang lebih terintegrasi. Menurut Ranto (2014) harga adalah jumlah yang dibayarkan oleh pembeli untuk mengetahui bagaimana menikmati manfaat yang dapat ditawarkan suatu barang. Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa harga yang dibayarkan oleh pelanggan sudah termasuk jasa yang diberikan oleh penjual. Sebagian besar perusahaan mendekati harga berdasarkan tujuan yang ingin mereka capai. Sasaran bisa berupa peningkatan penjualan, menjaga pangsa pasar, menjaga stabilitas harga, meraih keuntungan tinggi dan lain sebagainya.

Menurut Tjiptono (2015), harga merupakan satu-satunya komponen bauran

pemasaran yang menyediakan kas atau setara kas bagi suatu perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2013), harga adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu produk dan jasa atau nilainya yang dipertukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2013) merupakan keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli suatu produk melalui langkah-langkah yang dilalui konsumen sebelum membeli yang meliputi kebutuhan yang teridentifikasi, aktivitas pra pembelian, perilaku saat menggunakan dan umpan balik setelah pembelian.

Menurut Martini (2015), keputusan pembelian merupakan suatu cara penyelesaian masalah dalam pekerjaan masyarakat untuk membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keperluannya termasuk kebutuhan dan keperluan, mencari informasi, mengevaluasi hal-hal lain. dibeli, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Menurut Tjiptono (2015) yang menjelaskan keputusan pembelian, yaitu keputusan pembelian adalah tindakan individu yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan produk atau jasa yang dibutuhkan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kausal, yaitu penelitian yang dirancang untuk menilai probabilitas suatu hubungan sebab akibat antar spesies (Sanusi, 2014). Dengan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk

mengetahui desain produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam. Selain itu, membuat kuesioner atau daftar pernyataan menggunakan skala likert dan pola informasi menggunakan analisis kuantitatif.

Penelitian kuantitatif merupakan suatu bentuk penelitian yang menggunakan metode deduktif dan induktif. Pendekatan ini didasarkan pada rancangan penelitian, gagasan para ahli, serta pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi masalah dengan usulan solusi perbaikan atau evaluasi (Rivaldo, 2020). Populasi penelitian ini adalah sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam dengan jumlah populasi 255 dan sampel 72 orang. Teknik pengambilan sampel yaitu *random sampling*, yaitu yang merupakan metode yang digunakan ketika suatu sampel memiliki anggota atau bagian yang berbeda dan terbagi secara merata (Sugiyono, 2015).

Penelitian kuantitatif terdapat dua faktor kunci yang mempengaruhi kualitas data penelitian yaitu kualitas bahan penelitian dan kualitas pengumpulan data (Rivaldo, 2020). Kualitas alat penelitian mengenai keandalan dan keandalan peralatan dan kualitas pengumpulan data mengenai keakuratan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data dan

menggunakan skala *likert*. Proses menganalisis data merupakan proses setelah semua informasi terkumpul dari penulis termasuk data kelompok berdasarkan jenis dan tipe responden, menghasilkan data terhadap semua responden, menghasilkan umpan balik.

Informasi untuk setiap variasi yang dipelajari, hitung untuk menjawab rencana masalah dan hitung untuk menguji hipotesis yang disajikan (Sugiyono, 2015). Proses analisis data dilakukan setelah informasi yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian terkumpul, analisis data ini juga dimaksudkan untuk memperoleh ringkasan atau interpretasi jawaban dalam versi penelitian berdasarkan data yang terkumpul terkait dengan perkembangan masalah dan teori yang diangkat dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini digunakan analisis data dengan menggunakan alat analisis matematis SPSS 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang tertera dan diolah dengan alat analisis statistik, maka hasilnya dapat dilihat pada definisi berikut. Dari hasil proses data hingga uji validitas masing-masing varians diperoleh hasil dengan nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ 0,232 sehingga dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas masing-masing jenis memiliki nilai Cronbach Alpa $> 0,60$ sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 1 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	Desain Produk	.658
	Kualitas Produk	.493
	Harga	.598

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai VIF untuk setiap variabel independen kurang dari 10. Nilai VIF dari variabel desain produk sebesar sebesar 1.520, variabel kualitas produk sebesar 2.028 dan variabel harga sebesar 1.672. Nilai tolerance untuk

setiap variabel independen lebih besar dari 0.10. Variabel desain produk sebesar 0.658, variabel kualitas produk sebesar 0.493 dan variabel harga sebesar 0.598. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 2 Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	12.513	3.812	3.282	.001
	Desain Produk	.709	.090	7.887	.000
	Kualitas Produk	.221	.079	.211	.006
	Harga	.320	.074	.296	4.314

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2 di atas maka dilakukan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12.513 + 0.709X_1 + 0.221X_2 + 0.320X_3 \\ + e$$

- a. Nilai t hitung desain produk sebesar $7.887 > 1.667$ t tabel dan nilai sig $0.000 < 0.05$. Berdasarkan hasil maka hipotesis pertama diterima untuk desain produk, maka secara parsial desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Nilai t hitung kualitas produk sebesar $2.795 > 1.667$ t tabel dan nilai sig $0.006 < 0.05$. Berdasarkan hasil maka

hipotesis kedua diterima untuk kualitas produk, maka secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- c. Nilai t hitung harga sebesar $4.314 > 1.667$ t tabel dan nilai sig $0.000 < 0.05$. Berdasarkan hasil maka hipotesis ketiga diterima untuk harga, maka secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3 Hasil Uji F

Model		ANOVA ^a			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	1563.262	3	521.087	87.096	.000 ^b
	Residual	568.374	69	5.983		
	Total	2131.636	72			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk, Kualitas Produk

Sumber: Data Primer diolah

Hasil pengolahan data pada tabel 3 menunjukkan nilai F hitung $87.096 > 2.74$ F tabel dan signifikansi $0.000 < 0.05$, maka keputusannya hipotesis keempat diterima. Kesimpulannya adalah secara simultan desain produk (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) berpengaruh signifikan

terhadap variabel keputusan pembelian (Y), artinya desain produk, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam.

Tabel 4 Hasil Uji Determinasi

Model	Model Summary ^b				Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square		
1	.856 ^a	.733	.725		2.44599

a. Predictors: (Constant), Harga, Desain Produk, Kualitas Produk
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan hasil pada tabel 4 diperoleh nilai angka R sebesar 0.856, artinya korelasi antara desain produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan Pembelian sebesar 85.6%. Nilai determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.733, hal ini berarti presentase sumbang desain produk, kualitas produk dan harga dalam model regresi sebesar 73.3% dan hubungan yang terjadi adalah kuat. Artinya desain produk, kualitas produk dan harga secara bersama-sama mampu memberikan sumbang yang besar atau kuat terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam.

Desain produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam. Hasil ini dikarenakan konsumen dapat menilai desain produk Honda yang dijual oleh PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam mengikuti ekspektasi pelanggan,

setiap produk memiliki fitur tersendiri dan tersedia secara luas.

Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam. Hasil ini dicapai karena semakin banyak klien yang menemukan kemudahan dan keahlian di PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam untuk memenuhi preferensi pelanggan dan tentunya hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam. Hasil ini didapat karena pelanggan mendapatkan harga yang kompetitif dari PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam dengan segala harga yang dibuat dan selalu ada kesesuaian antara harga dan kualitas produk yang dijual.

Desain produk, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Capella Dynamic Nagoya Batam. Dalam penelitian ini, adanya desain produk yang baik, kualitas produk yang terbukti dan harga yang bersaing dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Soewito (2013), Mustikasari (2014), Saraswati (2015) dan Martini (2015).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa desain produk, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Honda di PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam. PT. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam harus selalu bisa menghasilkan produk Honda dengan desain yang menarik dan *up-to-date* sehingga dapat merangsang keputusan pembelian konsumen, mengembangkan desain.

Inovasi baru dapat dilakukan dengan menambahkan untuk memastikan bahwa produk Honda sesuai dengan standar perubahan Honda. Perhatian dan kejelasan lebih menentukan harga setiap produk Honda, karena keakuratan pengecekan harga akan mempengaruhi konsumen dalam memilih dan memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda, terlebih lagi akan mempengaruhi volume penjualan yang pada akhirnya akan mempengaruhi profit dan profit margin. diakuisisi oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Daniel Okki Rizki Kesuma, Azis Fathoni, Leonardo Budi H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk CKE Teknik Semarang. Journal of Management Vol3 No.7. ISSN: 2502-7689.
- Basu Swastha dan Hani Handoko. (2010). Manajemen Pemasaran; Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
- Cannon, Joseph P., Perreault, Jr.William D., McCarthy, E.Jerome. (2013). Pemasaran Dasar : Pendekatan Manajerial Global. Edisi Keenam Belas. Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2014). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Dedy Ansari. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol.7 No.3.
- Hidayah, Muhammad Rafli. (2017). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Motor Sport Yamaha 150cc Di Kabupaten Klaten (Studi Kasus Pada Komunitas Motor Sport Yamaha 150cc Se-Kabupaten Klaten). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.
- Indriyo. (2012). Manajemen pemasaran. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta
- Kotler dan Armstrong. (2013). Bauran Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. CV.Alfabeta. Bandung.
- Kotler dan K. L. Keller. (2013). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Martini, Tina. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian*, Vol. 9 No. 1. ISSN: 3403-6672
- Mustikasari, Wening. Setiyo Budiadi. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik. *Jurnal Pendidikan dan Tata Niaga* Vol.2 No.2. ISSN: 2677-4212.
- Permadi, Giardo. Zainul Arifin dan Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (survey kepada mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang melakukan pembelian paket data kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.48 No.1
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. (2014). Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ukm Di Yogyakarta. *JBTI* Vol.5 No.2. ISSN: 2154-3262
- Rivaldo, Y., & Ratnasari, S. L. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *JURNAL DIMENSI*, 9(3), 505-515
- Rivaldo, Y., Oktavianti, O., & Ukhriyawati, C. F. (2020, December). Pengaruh Kepemimpinan, Kepuasan Kerja, Motivasi Dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Nagoya Batam. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL UNIVERSITAS ISLAM SYEKH YUSUF* (Vol. 1, No. 1, pp. 330-340)
- Sanusi, A. (2014). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Saraswati, Made Laksmi, Ari Pradhanawati and Wahyu Hidayat. (2015). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol.4 No.2. ISSN: 3131-4406
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunarti. Dita Putri Anggraini, Srikanth Kumadji. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (survey pada pelanggan nasi rawon dirumah makan sakinah kota pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.37 No.1
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tristiana, Ani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol.5 No.6
- Soewito, Yudi. (2013). Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3. ISSN: 5502-7455.