

**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK TAS ANYAMAN PURUN DI KECAMATAN HAUR GADING
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

Jumai Latte¹

Abd. Manan²

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai

E-mail : jl.jumailatte@gmail.com

Abstract

The purpose of this research was to determine the effect of product design on purchasing decisions for purun woven bag products in Haur Gading District, Hulu Sungai Utara Regency. The type of research used was explanatory. The population and sample in this research were all consumers who knew about purun bags in Hulu Sungai Utara Regency with a total sample of 45 consumers and the sampling technique used accidental sampling technique. The data analysis technique in this study used SPSS statistics 21.0 for windows software.

The results of the study proved that product design is significantly positive on purchasing decisions for purun woven bag products. This can be seen from the results of the t test, which is $= 0.000$ and the value is < 0.05 , then H_0 is rejected and H_a is accepted. With a large influence of 80.9%, indicated that the influence of product design on purchasing decisions for the purun woven bag product is quite large, while 19.1% is the influence of other variables not examined through this study.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. Tipe penelitian yang digunakan adalah eksplanatory. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang mengetahui tentang tas purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan jumlah sampel 45 konsumen dan teknik pengambilan sampel dengan teknik sampling aksidental. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan *software SPSS Statistics 21.0 for windows*.

Hasil penelitian membuktikan bahwa desain produk signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yaitu $= 0,000$ dan nilainya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan besar pengaruhnya yaitu sebesar 80,9 % yang menunjukkan bahwa pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun tersebut cukup besar, sedangkan 19,1% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti melalui penelitian ini.

Kata kunci: Desain produk, Keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Di Indonesia terdapat berbagai karya sebagai hasil kesenian, salah satunya berupa karya kerajinan seperti kerajinan batik, kerajinan tenun, kerajinan keramik, kerajinan ukir/pahat, kerajinan anyam baik dari rotan maupun purun, serta beberapa kerajinan lainnya yang terdapat di wilayah nusantara. Kerajinan merupakan salah satu hasil budaya bangsa yang pada awalnya kerajinan timbul karena adanya dorongan dari manusia untuk mempertahankan hidupnya (Anonim, 1986: 1) dalam Angraini (2013:1).

Industri kerajinan mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar dan dapat memanfaatkan sumber daya alam yang ada secara maksimal, salah satu kerajinan yang berkembang adalah kerajinan anyaman baik dari rotan maupun purun. Kerajinan anyam tradisional dari bahan purun merupakan kerajinan yang dalam pembuatannya masih sangat sederhana dan kerap kali diidentikkan pada hal-hal yang bersifat turun temurun serta kurang dalam pengembangannya.

Kerajinan anyam purun merupakan salah satu kerajinan, yang berkembang dengan baik di Indonesia. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki karya kerajinan berupa anyaman purun adalah Kalimantan Selatan. Menurut Suara.com (Senin, 08 Juli 2019) anyaman purun di Kalimantan Selatan jadi salah satu kerajinan yang memukau. Kalimantan Selatan sebagai daerah yang memiliki dataran rendah berair, seperti sungai, danau dan rawa. Kalimantan Selatan banyak ditumbuhi berbagai jenis

tumbuhan liar di antaranya tanaman purun. Tanaman purun tumbuh subur hampir di seluruh Kalimantan Selatan dan dimanfaatkan sebagai bahan baku produk anyaman purun. Sering berjalannya waktu perkembangan anyaman purun sudah merambah ke kabupaten-kabupaten yang ada di Kalimantan Selatan tak terkecuali Kabupaten Hulu Sungai Utara, yang masyarakatnya juga ikut melakukan pengembangan anyaman purun.

Menurut Infobanua.co.id (27 Januari 2021) Kabupaten Hulu Sungai Utara (HSU) memiliki banyak wilayah perairan, pasalnya sebagian besar merupakan daerah rawa. Tak heran dimana sampai saat ini masih banyak masyarakatnya yang membuat anyaman purun untuk menjadi mata pencaharian utama. Salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Utara, yang merupakan kecamatan pengrajin purun adalah Kecamatan Haur Gading. Kecamatan Haur Gading terdiri dari 18 Desa yaitu Bayur, Haur Gading, Jingah Bujur, Keramat, Lok, Soga, Palimbangan, Palimbangan Gusti, Palimbang Sari, Panawakan, Pihaung, Pulantani, Sungai Binuang, Sungai Limas, Tambak Sari Panji, Tangkawang, Teluk Haur, Tuhuran dan Waringin, diantara 18 (delapan belas) desa yang ada di Kecamatan Haur Gading 11 (sebelas) desa di antaranya merupakan desa pengrajin anyaman purun. Desa-desa yang masuk dalam desa pengrajin anyaman purun yaitu Tambak Sari Panji, Jingah Bujur, Keramat, Pulantani, Teluk Haur, Waringin, Tangkawang, Haur Gading,

Palimbangan, Palimbangan Gusti dan Palimbang Sari.

Secara letak geografis Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara memiliki lahan gambut yang sangat luas menjadikan sebagian masyarakatnya mudah untuk mencari bahan baku purun. Anyaman purun yang dibuat oleh warga-warga yang ada di Kecamatan Haur Gading juga mempunyai motif-motif khas tersendiri dengan berdasarkan adat dan budaya yang dimiliki orang-orang Kalimantan Selatan serta modifikasi motif oleh pengrajin anyaman purun tersebut, misalnya motif hiasan antara lain motif titik, motif silang, motif mata punai, motif kupu-kupu, motif siku kaluang, dan lain-lain. Secara keseluruhan motif-motif (desain) produk yang tercipta menggambarkan keragaman khasanah budaya dan kekayaan daerah Kalimantan Selatan.

Meski anyaman purun telah memiliki ciri khas yang unik dan menarik anyaman purun ini juga mengalami fase pasang surut dalam perjalanannya hingga sekarang. Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, serta ilmu pengetahuan telah mengubah pencitraan terhadap kerajinan anyam purun yang dihasilkan masyarakat. Anyaman purun didesain menjadi sebuah produk yang bernilai dan memiliki daya beli yang cukup tinggi, awalnya produk anyaman purun hanya dibuat menjadi tikar, topi, tempat beras, tempat nasi, dan lain sebagainya. Anyaman purun yang mereka buat dikembangkan lagi menjadi aksesoris yang memiliki nilai jual tinggi di pasar seperti tas, sendal

hotel, bakul, tikar, tempat pensil dan lain sebagainya. Aneka warna dan bentuk dapat dikreasikan sehingga dapat pula dijadikan oleh-oleh atau cendra mata bagi masyarakat dalam dan luar daerah Hulu Sungai Utara.

Dari perkembangan produk-produk anyaman purun tersebut, salah satu yang dikembangkan adalah produk tas anyaman purun, produk tas anyaman purun yang dibuat menyesuaikan perkembangan desain produk tas yang ada pada saat ini, oleh karena itu produk tas anyaman purun ini banyak diminati oleh para konsumen terutama konsumen perempuan.

Berbagai jenis produk kerajinan tas anyaman purun ini digunakan untuk kaum wanita dalam kehidupan sehari-hari seperti ke masjid, ke pasar, ketika ngumpul-ngumpul sama teman-teman, jalan-jalan atau *shopping*.

Hananto (2021:1) dalam penelitiannya membuktikan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan juga terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu Saraswati (2015:7) dalam penelitiannya membuktikan ada pengaruh positif dan signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian, Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan upaya pengembangan atau inovasi desain produk menjadi lebih bervariasi, modern dan mengikuti perkembangan zaman, hal tersebut dapat menarik minat konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap produk

Adapun menurut Durvasula et.al dalam Ilmaya (2011:50) mengemukakan indikator untuk mengukur desai produk dengan :

- 1) Model, disini menggambarkan seberapa jauh suatu produk kelihatan dan berkenan bagi konsumen.
- 2) Gaya yang menarik, disini cara lain untuk menambahkan nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda.
- 3) Variasi, mendesain produk baru yang berfungsi utnuk menyelesaikan masalah terhadap desain yang ada.
- 4) *Up to date*, dengan cara pembaharuan pada suatu produk yang dibuat yang diperbaharui dari kondisi sebelumnya. Cara-cara inilah yang dilakukan oleh para penggarajin dalam mempertahankan kerajinan ayaman purun tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Produk

Produk menurut Kotler dan Armstrong (1996 : 274) adalah: *“A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption and that might satisfy a want or need”*. Artinya produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Menurut Stanton, (1996 : 222) *“A product is asset of tangible and intangible attributes, including packaging, color, price quality and*

brand plus the services and reputation of the seller”. Artinya suatu produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya. Menurut Tjiptono (1999 : 95) secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.

Desain Produk

Desain dari produk diperlukan agar produk yang dihasilkan dapat banyak diminati konsumen. Dari Kotler dan Armstrong (2012, 332), desain produk sebagai totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. Sedangkan dari Tjiptono (2010, 78), desain produk berkaitan dengan bagaimana suatu produk memiliki gaya tersendiri untuk meningkatkan nilai produk tersebut terhadap konsumen akhir. Nilai disini bisa berupa penambahan fungsi dan kegunaan. Menurut Kotler (2015:358) indikator dari keragaman produk meliputi

- a. Variasi merek produk;
Variasi merek produk merupakan banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan.
- b. Variasi kelengkapan produk;
Variasi kelengkapan produk adalah sejumlah kategori barang barang yang berbeda didalam toko atau *departement store*.

- c. Variasi ukuran produk;
Variasi ukuran produk atau keberagaman (*assortmen*) merupakan sejumlah standar kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman (*depth*) yang baik.

- d. Variasi kualitas produk
Kualitas produk merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang berkaitan dengan kemasan, lebel, ketahanan suatu produk, jaminan, bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Soewito (2013:221) indikator dari desain produk adalah :

- a. Warna Produk
Warna produk adalah macam-macam warna yang membuat konsumen tertarik untuk membeli.
- b. Striping produk;
Striping membuat penampilan menjadi lebih indah dan menarik.
- c. Bentuk Produk;
Bentuk produk yang bermacam-macam dapat memberikan pilihan yang berbeda-beda sesuai keinginan konsumen.

Menurut Durvasula *et.al* (dalam Ilmaya 2011, 50) mengemukakan indikator untuk mengukur desain produk dengan :

- 1. Model, disini menggambarkan seberapa jauh suatu produk kelihatan dan berkenan bagi konsumen.
- 2. Gaya yang menarik, disini cara lain untuk menambahkan nilai pelanggan adalah melalui gaya dan desain produk yang berbeda.

- 3. Variasi, mendesain produk baru yang berfungsi untuk menyelesaikan masalah terhadap desain yang ada.

- 4. *Up to date*, dengan cara pembaharuan pada suatu produk yang dibuat yang diperbaharui dari kondisi sebelumnya.

Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:485) keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Apabila seseorang mempunyai pilihan antara membeli atau tidak, orang tersebut berada dalam posisi mengambil keputusan. Menurut Kotler (2011:12), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa suatu keputusan pembelian adalah suatu tindakan atau sikap yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan transaksi pembelian suatu produk berupa barang atau jasa. Dengan demikian, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan proses dimana terjadinya pemilihan salah satu alternatif dari suatu produk baik berupa barang atau jasa.

Kotler dan Armstrong (2012:176) menjelaskan bahwa terdapat lima tahap yang dilalui konsumen dalam

proses pengambilan keputusan pembelian :

1. Pengenalan Kebutuhan

Tahapan awal proses pembelian dimulai pada saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang mulai terguguh atas kebutuhannya yang mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Jika dalam dorongan tersebut kuat serta obyek yang dapat memuaskan kebutuhan tersedia, maka konsumen akan membelinya. Jika tidak kebutuhan konsumen itu hanya mengendap dalam ingatannya. Konsumen tidak akan mencari informasi lebih lanjut atau aktif dalam mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

3. Evaluasi Alternatif

Dalam hal ini setelah konsumen melakukan pencarian informasi sebanyak-banyaknya selanjutnya konsumen berorientasi membentuk penilaian atas alternatif produk sesuai kebutuhannya dan menentukan langkah selanjutnya.

4. Keputusan Pembelian

Setelah mengevaluasi, tahapan alternatif selanjutnya yaitu konsumen harus menentukan pengambilan keputusan apakah konsumen jadi membeli atau tidak.

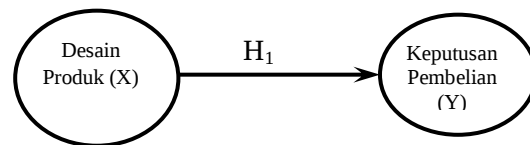
5. Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak kepuasan atas suatu produk. Jika produk sesuai harapan maka pembeli akan merasa

puas. Jika tidak memenuhi harapan pembeli akan merasa kecewa dan jika melebihi harapan pembeli akan sangat puas. Kepuasan atau tidakpuas akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Konsumen akan membeli dan akan menunjukkan kemungkinan lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut jika mereka merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

Model Penelitian

Model penelitian adalah sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik, Sugiyono (2014:93). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak Ada Pengaruh Signifikan Desain Produk terhadap

Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara

H_a : Ada Pengaruh Signifikan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan bersifat *eksplanatory* yaitu suatu penelitian yang menyoroti antar variabel dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan yang berbentuk kausal yang menguji pengaruh (determinan) satu atau lebih variabel independen terhadap satu atau lebih variabel dependen.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah semua konsumen yang mengetahui tentang tas purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Pedoman ukuran sampel yang digunakan (Ferdinand, 2014) yaitu jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Pada penelitian ini terdapat 9 (sembilan) indikator, merujuk pada pernyataan tersebut maka jumlah

sampel pada penelitian ini adalah jumlah indikator dikalikan 5 (lima) maka jumlah sampel yaitu sebanyak 45 sampel (responden).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan hasil pengisian kuesioner yang langsung dibagikan kepada petani di kabupaten Balangan.

Sekaran (2006:82) menjelaskan bahwa kuesioner (*questionnaires*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan jelas.

Teknik Penentuan Skor

Teknik penentuan skor dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan menggunakan 5 skala. (Sugiyono, 2012 : 132)

Metode Analisis Data

Setelah data penelitian terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data terdiri dari Statistik Deskriptif dan Uji Hipotesis. Analisis data untuk Uji Hipotesis dilakukan Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak, digunakan statistik t (uji t). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H₀ diterima atau H₁ ditolak, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Jika tingkat signifikan dibawah 0,05 maka H₀ ditolak dan H₁.diterima. Sugiyono (2012:101)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.1
Hasil Penelitian

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig t	Keterangan
	B	Beta			
Konstant	.764		.193	.848	
Desain Produk	1.187	.809	9.040	.000	Signifikan
Model Summary					
<i>R</i>	:0,809	<i>SEE</i>	:3,723		
<i>R square</i>	:0,655	<i>F_{hitung}</i>	:81,728		
<i>Adj R square</i>	:0,647	<i>Sig F</i>	:0,000		

Sumber : Diolah dari data Primer, 2022

Interpretasi ;

1. Angka *R* sebesar 0,809 menunjukkan model regresi antara desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu sungai Utara adalah kuat karena diatas 0,5. Ini menunjukan bahwa besarnya pengaruh dari desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu sungai Utara sebesar 80,9 %.

2. *Standard Error of Estimate (SEE)* adalah 3,723. Makin kecil *SEE* akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

Adapun hasil dari persamaan regresi linier sederhana pada penelitian ini adalah :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 0,764 + 1,187(X) + e$$

Keterangan :

X = Desain Produk

Y = Keputusan Pembelian

Persamaan regresi ini dibentuk berdasarkan nilai *unstandardized coefficients B*. Dimana dari persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat dilihat arah hubungan dari variabel desain produk. Koefisien regresi variabel desain produk bertanda positif menunjukkan bahwa setiap penambahan atau kenaikan pada masing – masing variabel tersebut maka akan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu sungai Utara.

Sehingga keputusan yang diambil berdasarkan hasil *output SPSS*, menunjukkan variabel X (desain produk) sebesar 0,000, karena sig.X (produk) dibawah 0,05, maka *H₀* ditolak, artinya desain produk desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tas

anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Adapun besaran pengaruhnya antara desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu sebesar 80,9% yang diketahui dari *Standard Coefficients Beta*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan demikian dalam penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel desain produk terhadap keputusan pembelian produk tas anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan upaya pengembangan desain produk baik dari segi model, gaya, variasi desain yang menarik serta *up to date*, diperbaharui dari kondisi sebelumnya yang mengikuti perkembangan zaman, hal tersebut dapat menarik minat konsumen sehingga berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap produk tas anyaman purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil maka disarankan:

1. Bagi pengrajin anyaman purun yang ada di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu untuk dapat menggali lebih dalam tentang desain - desain terbaru terhadap produk anyaman tas yang diminati oleh konsumen, harus lebih *up to date* dengan gaya

tas yang terbaru, variasi desain, dan model – model desain tas yang lagi diminati konsumen, sehingga dapat meningkatkan penjualan tas anyaman purun tersebut, selain dari didesain juga perlu dipertimbangkan dari segi kualitas yang bisa menjadi salah satu faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sangat disarankan untuk peneliti yang selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah variabel independen yang sama di tempat yang berbeda atau menambahkan variabel lainnya yang juga mempengaruhi keputusan pembelian produk tas anyaman purun serta dapat melakukan penelitian bukan hanya pada produk tas melainkan pada seluruh produk anyaman purun yang ada di kabupaten Hulu Sungai Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. S., & Rojali, M. (2021). Menciptakan nilai produk telur asin di desa banyu tajun dalam kecamatan sungai pandan kabupaten hulu sungai utara. *Inovatif*, 3(1).
- Angraini, S. (2013). Proses, motif, dan jenis produk kerajinan tas anyaman purun di sinar purun pedamaran sumatera selatan. *Skripsi Program Studi Pendidikan Seni Kerajinan, Universitas Negeri Yogyakarta*, 10-14.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain

- produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- Ilmaya, F., & Hidayati, R. (2011). Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang (*Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro*).
- Kotler, P dan G. Amstrong. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid I. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : Intermedia
- _____. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*, Erlangga, Jakarta.
- _____. 2015. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*, Jakarta: Erlangga
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada kampung batik wiradesa, kabupaten pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 137-146.
- Schiffman, Leon.G. dan Kanuk, Leslie Lazar. 2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, William. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- _____. 2010. *Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh*. Yogyakarta : Andi.