

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERAJINAN PERAK DI NAGARI KOTO GADANG, KABUPATEN AGAM**

**Irda, Zeshasina Rosha, dan Wulandari Titipani**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Jurusan Manajemen  
Universitas Bung Hatta

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam. Penelitian ini dilakukan terhadap 80 orang konsumen yang melakukan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam yang diambil dengan teknik purposive sampling. Metode analisa data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.*

*Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam, untuk variabel desain Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam.*

*Kata Kunci : Kualitas Produk, desain Produk, harga dan keputusan pembelian.*

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Indonesia terkenal memiliki banyak kerajinan tangan, dimana setiap daerah di Indonesia memiliki kerajinan tangan sendiri dan mewakili ciri khas daerah tersebut. Kerajinan tangan khas Indonesia sudah mendunia dengan berbagai macam keunikan serta kekhasan yang menonjolkan kebudayaan asli Indonesia. Produk kerajinan Indonesia memang sudah menembus pasar luar negeri, ini sebagai bukti bahwa kerajinan khas Indonesia ini banyak digemari oleh konsumen dunia. Hal ini dapat kita amati dengan semakin banyaknya sentral kerajinan yang nyatanya terlihat jauh lebih berkembang yang juga ditopang oleh jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, kerajinan tangan Indonesia menjadi salah satu oleh-oleh yang diminati oleh wisatawan mancanegara.

Seiring berjalannya waktu, persaingan dalam dunia kerajinan seperti saat ini menuntut setiap pengerajin agar berinovasi dengan cara menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Sentral kerajinan yang ada saat ini tidak hanya menawarkan produk-produk yang berkualitas dan menarik bahkan cara pembuatan pun sudah modren. Para pengrajin tetap berusaha agar kerajinan asal daerahnya tetap bertahan dan tetap menjadi ciri khas daerah tersebut.

Salah satu kerajinan yang terkenal di Sumatera Barat adalah kerajinan perak Koto Gadang. Kerajinan perak Koto Gadang sendiri tergolong sebagai usaha mikro, kecil dan Menengah yang dalam aplikasinya berbentuk home industry. Di Nagari Koto Gadang Kerajinan Perak telah berdiri lama sejak zaman Belanda sampai saat sekarang. Kebanyakan pengrajin mengerjakan kerajinan ini di rumah mereka ataupun workshop

kecil di dekat rumah mereka. Meski dapat dilakukan dengan mesin namun sebagai ciri khas kerajinan Koto Gadang, masyarakat masih mempertahankan kualitas produknya dengan melakukan pekerjaan manual.

Walaupun kerajinan perak Koto Gadang ini tergolong sebagai usaha mikro namun secara tidak langsung telah memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional, namun dalam hal pertumbuhan usaha ini menghadapi berbagai kendala karena sebahagian besar pengrajin kurang memiliki ilmu tentang mengelola suatu usaha atau bisnis khususnya ilmu pengetahuan tentang pemasaran.

**Tabel 1 Penjualan Kerajinan Perak  
di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam( Rp)**

Th Bln	2013	2014	2015	2016	2017
Jan	70.000.000	58.000.000	48.000.000	42.000.000	39.000.000
Feb	43.000.000	41.000.000	34.000.000	30.000.000	28.000.000
Mar	40.000.000	41.000.000	37.000.000	28.000.000	26.000.000
Apr	42.000.000	42.000.000	33.000.000	29.000.000	27.000.000
Mei	52.000.000	55.000.000	45.000.000	40.000.000	37.000.000
Jun	60.000.000	57.000.000	49.000.000	42.000.000	40.000.000
Jul	51.000.000	41.000.000	42.000.000	35.000.000	33.000.000
Agus	44.000.000	42.000.000	40.000.000	30.000.000	28.000.000
Sept	45.000.000	44.000.000	37.000.000	32.000.000	29.000.000
Okt	47.000.000	46.000.000	37.000.000	31.000.000	30.000.000
Nov	44.000.000	45.000.000	34.000.000	30.000.000	28.000.000
Des	64.000.000	60.000.000	41.000.000	44.000.000	40.000.000
<b>Total</b>	<b>602.000.000</b>	<b>572.000.000</b>	<b>477.000.000</b>	<b>413.000.000</b>	<b>385.000.000</b>

Sumber : Industri Kerajinan Perak Nagari Koto Gadang

Pada tabel 1 dapat dilihat penjualan tahun 2014 turun sebesar 5% dari tahun 2013, penjualan tahun 2015 turun sebesar 17% dari tahun 2014. Penjualan tahun 2016 turun sebesar 13% dari tahun 2015 dan penjualan tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 7% dari tahun 2016. Dari data diatas dapat disimpulkan rata-rata penjualan mengalami penurunan yang signifikan sebesar 17% terjadi di tahun 2015.

Rangsangan dari pengrajin sangat diperlukan karena merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian kerajinan perak Koto Gadang. Setiap perusahaan harus merancang strategi yang tepat guna memenangkan keputusan pembelian tersebut. Keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk sangat penting karena dengan melakukan pembelian. Menurut Kotler (2006) Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian terhadap suatu produk dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, begitu juga dengan pembelian terhadap kerajinan perak.

Untuk memenangkan persaingan, 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 pada merek suatu produk. Ciri khas dari suatu produk tersebut pada akhirnya akan dapat membedakannya dengan produk-produk sejenis merek lain dari pesaing (Kotler dan Amstrong,2001). Desain produk dapat berupa peningkatan maupun penyederhanaan. Peningkatan pada desain produk berupa penambahan fungsi dan

kegunaan dari suatu produk. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar pemakaian suatu produk menjadi semakin mudah.

Persaingan dalam dunia bisnis seperti saat ini menuntut setiap perusahaan agar selalu berinovasi dengan cara menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas,kenyamanan, wujud luar (warna,bentuk, pembungkusan, dan sebagainya). (Dharmestha dan Handoko, 2000: 49). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Hal ini senada dengan pendapat dari Kotler dan Armstrong (2008: 348) bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Selain itu harga juga sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu barang. Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan pandangan konsumen atas nilai dan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut. Harga mempunyai peranan penting bagi perusahaan, karena harga mempunyai pengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya (Kotler dan Armstrong 2008: 64). Oleh karena 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 (Dharmestha dan Irawan, 2001: 153). Bila konsumen bersedia menerima harga tersebut, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat. Perusahaan menetapkan harga karena berbagai pertimbangan, namun ada baiknya jika dalam penetapan harga tersebut disesuaikan juga dengan nilai,manfaat, dan kualitas produk. Harga juga merupakan salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak (Engel et al., 1995: 15).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan membeli kerajinan perak Koto Gadang Agam.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler (2006) Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2009: 233-237) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Menurut Kotler (2011;47) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Tjiptono (2010;95) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan

### **Desain Produk**

Kotler dan Keller (2012:332) mendefinisikan “Design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and functions to a consumer.”. Hal itu berarti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Lebih lanjut menurut Kotler dan Keller (2012), desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik adalah produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah di buka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang.

### **Harga**

Kotler dan Armstrong (2012: 314) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang atau jasa. Juga pengorbanan waktu karena menunggu untuk memperoleh barang atau jasa (Lupiyoadi, 2001).

Kotler dan Armstrong (2007: 430) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

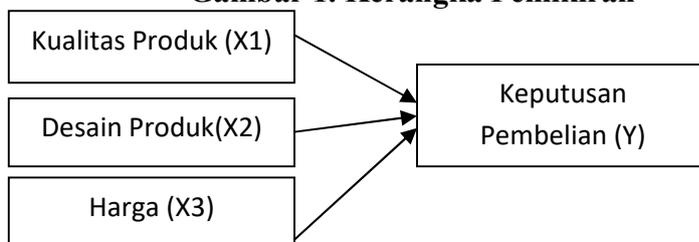
### **Penelitian Sebelumnya**

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mariana (2015), Anwar dan Satrio (2015), Karlina dan Seminarni (2015) menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Agastya (2015), Asnah (2012), Saidani (2013) dari hasil penelitiannya diperoleh hasil bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ardy (2013), Anggara dan Wibasuri (2012), Habibah dan Sumiati (2016) menyatakan bahwa harga mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kajian pustaka , penelitian terdahulu dan tujuan penelitian maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**



### **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H2 : Desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H3: Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi**

Populasi (population) mengacu pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau sesuatu yang menarik perhatian peneliti untuk di investigasi (Sekaran, 2006). Berdasarkan penjelasan tersebut yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam.

### **Sampel**

Sampel merupakan bagian yang diambil dari populasi (Sekaran, 2006). Penentuan jumlah sampel menurut Sekaran (2006) yaitu yang memegang peran penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan representatif adalah jumlah variabel dikalikan dengan 20. Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas dan terikat sebanyak 4, jadi jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 80 orang.

### **Variabel Penelitian yang diamati dan diukur**

#### **Kualitas Produk ( $X_1$ )**

Menurut Kotler dan Amstrong (2009: 233-237) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Terdapat empat indikator yang dapat digunakan untuk mengukur Kualitas Produk suatu barang menurut Akbar (2012) dalam Anwar dan Satrio (2015) :

1. Kemudahan penggunaan
2. Daya tahan
3. Kejelasan fungsi
4. Keragaman ukuran produk

#### **Desain Produk ( $X_2$ )**

Kotler dan Keller (2012:332) mendefinisikan "*Design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and functions to a consumer.*". Hal itu berarti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen.

Terdapat empat indikator yang dapat digunakan untuk mengukur Desain suatu produk menurut Rachman dan Santoso (2015) adalah sebagai berikut :

1. Desain bervariasi
2. Tidak ketinggalan jaman
3. Karakteristik desain
4. Desain mengikuti trend

#### **Harga ( $X_3$ )**

Kotler dan Amstrong (2012:314) mengatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau lebih jelasnya adalah jumlah dari semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

Terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur Harga suatu barang menurut Fure (2013) dalam Anwar dan Satrio (2015) adalah sebagai berikut :

1. Harga yang sesuai dengan manfaat
2. Persepsi harga dan manfaat

3. Harga barang terjangkau
4. Persaingan harga
5. Kesesuaian harga dengan kualitasnya

### Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2008:485), keputusan didefinisikan sebagai seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian, pilihan antara merek satu dengan merek yang lain, atau pilihan untuk menggunakan waktu mengerjakan A atau B, orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan.

Terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur Keputusan Pembelian suatu barang menurut Kotler dan Keller (2009) adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

### Analisis Data

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan terlebih dahulu sebelum dilakukannya uji asumsi klasik. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan uji analisis regresi linear berganda, untuk membuktikan hipotesis diuji dengan uji t

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengukur pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam maka digunakan alat uji statistik yaitu regresi linear berganda

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikansi	$\alpha$	Ket	Keputusan Hipotesis
Keputusan Pembelian (Y)	Konstanta	1,181	-	-	-	-
	Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,332	0,001	0,05	Signifikan	Diterima
	Desain Produk ( $X_2$ )	0,128	0,238	0,05	Tidak Signifikan	Ditolak
	Harga ( $X_3$ )	0,251	0,030	0,05	Signifikan	Diterima
R Square	0,364					

Sumber: Hasil Olah Data

Dari hasil analisis data untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam, diperoleh nilai koefisien regresi linier berganda dan interpretasi sebagai berikut :

$$Y = 1,181 + 0,332 X_1 + 0,128 X_2 + 0,251 X_3 + e$$

Dari hasil analisis diperoleh hasil pengolahan data primer yang dapat dilihat pada tabel di atas diperoleh hasil  $R^2$  sebesar 0,364. Yang dapat diartikan bahwa Kualitas produk, desain Produk, harga mempengaruhi keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam sebesar 36,4%. Sedangkan sisanya

sebesar 63,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### **Hasil Uji Hipotesis**

Uji T Merupakan suatu uji statistik yang digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Nilai t-hitung digunakan untuk menguji variabel independen secara signifikan terhadap variabel terikat atau tidak.

Dari hasil tabel 2 dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Oleh karena itu hipotesis pertama (H1) penelitian ini menyatakan bahwa “kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam” diterima.

Untuk variabel desain produk (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Oleh karena itu hipotesis kedua (H2) penelitian ini menyatakan bahwa “desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan membeli kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam” ditolak.

Untuk variabel harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Oleh karena itu hipotesis ketiga (H3) penelitian ini menyatakan bahwa “harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam” diterima.

### **Pembahasan**

#### **Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam**

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,001. Artinya semakin baik kualitas produk kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam maka semakin mudah bagi konsumen dalam mengambil keputusan membeli kerajinan perak tersebut. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Mariana (2015), Anwar dan Satrio (2015), Karlina dan Seminarni (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### **Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam**

Dari hasil pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,238. Artinya desain produk kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam tidak menjadi pertimbangan konsumen dalam hal membeli kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam.

Hasil desain produk kerajinan perak umumnya lebih menitik beratkan pada nilai-nilai keunikan (uniqueness), estetika (keindahan), seni (art), berharkat tinggi, khusus, khas, dan kehalusan produk sebagai unsur dasar. Sementara dalam pemenuhan fungsinya lebih menekankan pada pemenuhan fungsi pakai yang lebih bersifat fisik (fisiologis), (Palgunadi, 2007). Desain-desain kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam sudah memenuhi desain produk sebuah kerajinan tradisional jadi konsumen tidak perlu lagi mempertimbangan desainnya sebelum membeli kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam.

Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Agastya (2015), Anshah (2012), Saidani (2013) yang menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam**

Dari hasil pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,030. Artinya harga yang ditetapkan oleh pengrajin perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan untuk membeli kerajinan perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ardy (2013), Anggara dan Wibasuri (2012), Habibah dan Sumiati (2016) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kerajinan Perak di nagari Koto Gadang Agam.
2. Desain Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kerajinan Perak di Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kerajinan Perak d Nagari Koto Gadang Kabupaten Agam

### **Saran**

Agar pengrajin perak lebih memperhatikan kualitas produk dan harga karena variabel ini salah satu penentu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian perak Koto Gadang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggara, Robi dan Wibasuri, Anggalia. 2012. Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Tipe Aspire 4752 di Kelurahan Sepang Jaya Kecamatan Kedaton Bandar Lampung. *Informatics and Business Institute Darmajaya*. Vol 10 No. 2.
- Anshah, Ardi. 2017. Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset*. Vol. 1 No.2, Hal 178-189
- Anwar, Iful dan Satrio, Budhi. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian peralatan masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 4, No. 12.
- Ardy, Dian Ayu Pustipa. 2013. Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 1 No. 1.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran “ Analisa perilaku konsumen “*. Edisi 1 cetakan ke 3. Yogyakarta, BPFY Yogyakarta
- Dharmmestadan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Yogyakarta, BPFY Yogyakarta

- Engel, James F, et.al., 1995, *Consumen Behavior*, AlihBahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Jakarta, BinaRupaAksara.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan menggunakan SPSS*. Jakarta, Gramedia.
- Habibah, Ummu dan Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol 1, No 1. Hal 31 – 48.
- Karlina, Ni Putu Novia dan Seminari, Ni Ketut. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 6, 2015: 1610-1623.
- Kertajaya, Hermawan, 2007, *Marketing Mix*, Jakarta, Penerbit PT Gramedia Pustaka Tama.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*, 11th Edition. Prentice Hall. Inc. New Jersey.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11. Jakarta, PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta, Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2011. *Kualitas Produk*. Jilid 6, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta, Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey, Pearson Education Limited
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktik)*, Jakarta, Salemba Empat.
- Malhotra K. N. 1933. *Marketing Research an Applied Orientation*, Second Edition Prentice Hall International Inc. New Jersey
- Mariana. 2015. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industri UKM Amplang UD. Sinar Rejeki Di Samarinda. *E-journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2015, Vol 3 No (2): 388-402
- M Agasta, Albertus. 2015. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*. Vol 2, No 1 April 2015 Hal 666
- Palgunadi, Bram. 2007. *Desain Produk 1: Desain, desainer, dan proyek desain*. Bandung, Penerbit ITB, 2007
- Rachman, Bayu Januar dan Santoso, Suryono Buddi. 2015. Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 4, No 1, Tahun 2015, Hal 1-15
- Saidani, Basrah DKK. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4, No. 2.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta, Indeks.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Busines*. Jakarta, Salemba Empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung, Alfabeta.
- Umar, Husain. 2003. *Metode Riset Prilaku Organisasi*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka.
- Umar, Husein, 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta Utama, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2010. *Manajemen Jasa*. Jakarta. Banyumedia.