

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAIN SONGKE PADA KALANGAN MASYARAKAT LOKAL
MANGGARAI NUSA TENGGARA TIMUR**

Skripsi

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Prodi Manajemen



OLEH:

STEPHANI APRILIANA THOMAS

NPM: 2212010192

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2026

Skripsi oleh :

STEPHANI APRILIANA THOMAS

NPM: 2212010192

Judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN
SONGKE PADA KALANGAN MASYARAKAT LOKAL MANGGARAI
NUSA TENGGARA TIMUR**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 29 Juni 2026

Pembimbing I



Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A.
NIDN. 0706108902

Pembimbing II



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Skripsi Oleh:

STEPHANI APRILIANA THOMAS

NPM: 2212010192

Judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAIN SONGKE PADA KALANGAN MASYARAKAT LOKAL
MANGGARAI NUSA TENGGARA TIMUR**

**Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara
PGRI Kediri**

Pada tanggal: 13 Juli 2026

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

Ketua : Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A.

Penguji I : Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M.

Penguji II : Restin Meilina, M.M.



**Mengetahui,
Dekan FEB**

**Dr. Anan Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : STEPHANI APRILIANA THOMAS

Tempat/Tanggal Lahir: KEDIRI, 08 APRIL 2003

Jenis Kelamin : PEREMPUAN

NPM : 2212010192

Fak/Jur/Prodi : FEB/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN SONGKE PADA KALANGAN MASYARAKAT LOKAL MANGGARAI NUSA TENGGARA TIMUR”. Adalah benar hasil karya penulis, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk dalam skripsi ini telah saya cantumkan dengan benar sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini mengandung unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan hukum dan akademik yang berlaku.

Kediri, 13 Juli 2026

Yang Menyatakan,



STEPHANI APRILIANA THOMAS
NPM: 2212010192

MOTTO

*“Segala Perkara dapat kutanggung di dalam Dia,
yang memberi kekuatan kepadaku”*

Filipi 4:13

“ Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya”

Pengkhotbah 3:11

"Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan."

Yesaya 41:10

“Gelar ini mungkin tertulis di belakang namaku, namun tanda jasanya sepenuhnya milik Papa dan Mama. Terima kasih telah mendidikku melampaui batas bangku sekolah yang pernah Papa dan Mama lalui.”

“Satu-satunya kegagalan sejati dalam hidup adalah ketika kita tidak belajar dari kegagalan itu sendiri.”

(Anthony Robbins)

ABSTRAK

Stephani Apriliana Thomas. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kain Songke di Kalangan Masyarakat Lokal Manggarai, Nusa Tenggara Timur. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2026.

Kain Songke yang merupakan ciri khas Manggarai adalah warisan budaya yang sangat penting di Nusa Tenggara Timur (NTT) dan memiliki nilai sosiokultural yang tinggi. Di tengah maraknya pakaian modern, kelangsungan usaha kain tradisional ini sangat bergantung pada keputusan pembelian masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan desain produk, baik secara terpisah maupun bersamaan, terhadap keputusan pembelian Kain Songke di kalangan masyarakat lokal Manggarai, NTT.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur dengan Skala Likert 5 poin kepada responden di daerah Manggarai. Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas menggunakan metode *Bivariate Pearson* dan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* pada 40 responden awal menggunakan SPSS 23, yang menunjukkan bahwa semua butir instrumen valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan mencakup uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana kerapian tenunan dan daya tahan bahan menjadi faktor utama yang meningkatkan kepercayaan konsumen. (2) Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa kebijakan penetapan harga yang kompetitif dan rasional sejalan dengan nilai budaya yang diterima oleh masyarakat lokal. (3) Desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, membuktikan bahwa keunikan motif filosofis (seperti su'i, mata manuk, wela runus) dan inovasi tren mode mampu menarik minat emosional pembeli. (4) Secara simultan, kualitas produk, harga, dan desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kain Songke di masyarakat lokal Manggarai. Sinergi ketiga variabel ini dapat menciptakan nilai pelanggan yang utuh dan mengurangi keraguan konsumen dalam bertransaksi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, Keputusan Pembelian, Kain Songke.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus, Sang Jalan, Kebenaran, dan Hidup, atas kasih karunia, berkat, dan penyertaan-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Kuakitas Produk, Harga, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songke Pada Kalangan Masyarakat Lokal Manggarai Nusa Tenggara Timur" dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa perjalanan dalam penyusunan skripsi ini merupakan proses yang penuh tantangan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut dapat teratasi dengan baik.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang tulus kepada:

1. Puji dan syukur yang mendalam penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas segala rahmat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya yang begitu melimpah, sehingga penulis diberikan kekuatan, kesehatan, dan hikmat untuk dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik.
2. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen
5. Ibu Ismayantika Dyah Puspasari., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Teruntuk cinta pertama penulis, terimakasih yang tak terhingga penulis persembahkan kepada papa tercinta yaitu Bapak Andreas Tomas. Terimakasih telah menjadi tiang kekuatan utama bagi penulis selama ini. Terimakasih atas kesabaran Papa dalam mendidik, kepercayaan yang selalu Papa berikan, dan doa doa tulus yang selalu menyertai setiap langkah penulis.

Tanpa cinta dan dukungan Papa, penulis tidak akan pernah bisa berdiri dititik ini dan menyelesaikan karya ini dengan baik. I love you Ema Momang.

7. Kepada Mama tercinta, sosok malaikat tanpa sayap dalam hidup penulis. Terimakasih telah menjadi sistem pendukung terbaik, tempat bersandar dikala lelah, dan pemberi semangat yang tak pernah lelah meyakinkan penulis bahwa penulis bisa. Terimakasih atas segala doa yang mama panjatkan setiap malam didepan Tuhan Yesus dan Bunda Maria, tanpa doa mama penulis tidak akan pernah mampu menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih untuk segalanya Mama. I love you Ende Momang.
8. Ucapan terima kasih dan rasa sayang yang besar penulis sampaikan kepada ketiga saudara laki-laki penulis yaitu Kakak Gabriel Thomas Yehezkiel, Adik Gregorius Thomas Rinaldi, Adik Mikael Artoni Thomas. Terima kasih telah menjadi saudara sekaligus sahabat terbaik yang selalu memberikan keceriaan, dukungan moral, bantuan di saat-saat sulit, serta doa yang tiada putus selama penulis menempuh studi ini. Nggao Momang.
9. Kepada Om Ferdi dan Tanta Mia serta kedua sepupu penulis yaitu Virni dan Rafa. Terimakasih sudah selalu menjadi tempat yang nyaman untuk berbagi cerita, memberikan nasihat-nasihat bijak dikala jenuh, dan selalu menyemangati penulis hingga akhirnya bisa menyelesaikan studi ini.
10. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada seluruh teman-teman seperjuangan, khususnya Team Gabut. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, air mata, dan diskusi-diskusi panjang yang telah kita lewati bersama. Kalian bukan hanya sekedar teman kuliah, tetapi juga keluarga yang selalu saling menguatkan di masa-masa sulit penyusunan Skripsi ini.
11. Ucapan terima kasih kepada seseorang yang membersamai penulis walaupun dipisahkan oleh jarak dan waktu, penulis persembahkan kepada Aleksius Elpan Mago yang terkasih. Terimakasih atas segala bentuk doa, perhatian, materi, dan kesabaran yang tiada habisnya, serta dukungan yang hadir baik dalam suka maupun duka. Kehadiranmu adalah ketenangan dan penyemangat

bagi penulis untuk dapat menyelesaikan seluruh rangkaian perjalanan studi ini

12. Kepada Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik dalam bentuk doa, motivasi, maupun dukungan lainnya penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

13. Terima kasih yang teramat besar penulis sampaikan untuk diri penulis sendiri. Terima kasih karena telah memilih untuk tidak menyerah di saat-saat tersulit, tetap bertahan di balik malam-malam yang melelahkan, dan selalu berani melangkah maju meski kadang harus tertatih. Karya ini adalah bukti nyata atas kekuatan, kerja keras, dan ketangguhan yang ada didalam diri penulis. Kamu hebat karena telah berhasil menepati janji untuk menyelesaikannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari katasempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Kediri, 29 Juni 2026
Penulis



STEPHANI APRILIANA T.
NPM : 2212010192

DAFTAR ISI

HALMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Keputusan Pembelian ...	13
B. Teori dan Penelitian Terdahulu Dari Variabel Kualitas Produk	19
C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Harga	26
D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Variabel Desain Produk.....	29
E. Kerangka Berpikir.....	34
F. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Desain Penelitian.....	42
B. Definisi Operasional.....	43
C. Instrumen Penelitian.....	48
D. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	57
E. Populasi dan Sampel.....	58

F. Prosedur Penelitian.....	63
G. Teknik Asumsi Klasik.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
A. Hasil Penelitian	73
B. Pembahasan.....	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	99
A. Simpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR RUJUKAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Variabel Keputusan Pembelian.....	16
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk.....	22
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Variabel Harga	27
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Variabel Desain Produk.....	32
Tabel 3. 1 Penelitian Skala Likert.....	47
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 3. 5Jadwal Penelitian	57
Tabel 4. 1 Karakteristik Usia	73
Tabel 4. 2 Karakteristik Pekerjaan	73
Tabel 4. 3 Pernah Melakukan Pembelian Kain Songke.....	74
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk.....	74
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Variabel Harga.....	76
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel Desain Produk.....	77
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Tabel 4. 8 Kolmogorov-Smirnov	81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	82
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	84
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk.....	85
Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas Variabel Harga.....	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas Variabel Desain Produk.....	86
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	89
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Beragam keindahan kain songke yang dijual di pasar Ruteng, Manggarai, Nusa Tenggara Timur.....	1
Gambar 1. 2 Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) Julie Sutrisno Laiskodat memperlihatkan tenun Manggarai Barat di Labuan Bajo, Kamis (27/4/2023).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	40
Gambar 3. 1 Tempat Penelitian.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Responden.....	108
Lampiran 2. Kisi – Kisi Instrumen Penelitian.....	109
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	113
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	114
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	127

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan yang kaya akan warisan budaya, adat istiadat, dan seni tradisional yang beragam di setiap daerah. Salah satu bentuk nyata dari identitas budaya ini adalah kain tenun tradisional, yang tidak hanya berfungsi sebagai pakaian atau kebutuhan dasar, tetapi juga mengandung nilai estetika, makna simbolis yang sakral, serta mencerminkan status sosial dalam berbagai upacara adat setempat. Di era modernisasi dan globalisasi saat ini, industri kreatif yang berbasis kain tradisional dituntut untuk menjaga keberlangsungan nilai-nilai kebudayaan sambil beradaptasi dengan persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu warisan budaya yang memiliki nilai sejarah dan seni yang sangat tinggi adalah Kain Songke khas Manggarai yang berasal dari Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT).



Sumber: <https://www.liputan6.com/regional/read/5369764/mengenal-songke-manggarai-salah-satu-oleh-oleh-khas-dari-ruteng>

Gambar 1. 1 Beragam keindahan kain songke yang dijual di pasar Ruteng, Manggarai, Nusa Tenggara Timur.

Sebagai kain tenun tradisional, Songke Manggarai memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan sosiokultural masyarakat setempat, mulai dari penggunaannya dalam ritual pernikahan, menyambut tamu terhormat, hingga upacara kematian. Namun, keberlanjutan ekonomi para pengrajin kain Songke di NTT sangat bergantung pada pemahaman yang

mendalam tentang perilaku konsumen lokal dalam menilai produk tersebut sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian (Sundana et al., 2023).

Di tengah meningkatnya produk pakaian modern dari pabrik yang menawarkan kemudahan, mempertahankan loyalitas konsumen lokal terhadap kain tenun tradisional menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha. Proses evaluasi dan integrasi psikologis yang dilakukan oleh masyarakat sebelum membuat keputusan untuk memilih suatu produk dikenal sebagai keputusan pembelian. Dalam perspektif manajemen pemasaran, keputusan pembelian konsumen lokal tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan dipicu oleh rangsangan atau stimulus dari bauran pemasaran yang ditawarkan oleh produsen, seperti kualitas produk dan persepsi harga. Kualitas produk, yang mencakup keandalan jalinan benang, kerapian motif tenunan tangan, serta kenyamanan bahan saat dikenakan, menjadi parameter utama bagi masyarakat lokal Manggarai dalam menilai mutu Kain Songke. Pengalaman positif terhadap kualitas kain ini akan membangun kepercayaan yang kuat di benak konsumen. Di sisi lain, pembentukan keputusan pembelian ini juga sangat dipengaruhi oleh variabel harga yang ditetapkan. Mengingat target utamanya adalah masyarakat lokal, kebijakan penentuan harga yang rasional, kompetitif, dan seimbang dengan kualitas barang yang diterima akan menjadi faktor penentu apakah konsumen bersedia mengeluarkan uang mereka untuk mendapatkan selembar Kain Songke tersebut (Arifin & Wulansari, 2025).

Selain jaminan kualitas produk dan keterjangkauan harga, faktor yang paling efektif untuk menarik minat emosional pembeli di industri *fashion* tradisional adalah keunikan desain produk. Desain produk tradisional berfokus pada inovasi tampilan visual yang mencakup keserasian kombinasi warna serta modifikasi corak motif filosofis agar terlihat lebih modis, variatif, dan relevan dengan tren busana saat ini tanpa mengorbankan makna sakral yang terkandung di dalamnya. Melalui pengembangan desain produk yang kreatif, Kain Songke Manggarai dapat bertransformasi menjadi produk sandang yang elegan dan diminati oleh

berbagai generasi masyarakat lokal di NTT. Secara bersamaan, kombinasi sinergis antara kualitas produk yang unggul, harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat, serta daya tarik desain produk yang kuat akan menjadi pendorong utama yang mengurangi keraguan konsumen dan memperkuat keputusan pembelian mereka.



Sumber: <https://www.detik.com/bali/nusra/d-6713439/mengenal-berbagai-motif-kain-tenun-songke-manggarai-ntt-dan-maknanya>

Gambar 1. 2 Ketua Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) Julie Sutrisno Laiskodat memperlihatkan tenun Manggarai Barat di Labuan Bajo, Kamis (27/4/2023).

Dari sudut pandang teoritis, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, harga, dan desain produk Kotler & Keller, (2016). Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen, baik dari segi kenyamanan, daya tahan bahan, maupun daya tarik visual. Harga menjadi faktor penting karena berkaitan dengan persepsi nilai yang diterima konsumen dibandingkan dengan manfaat yang mereka peroleh.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses integrasi perilaku ekonomi konsumen, di mana mereka melakukan evaluasi mendalam terhadap berbagai alternatif merek yang ada sebelum membuat komitmen nyata untuk membeli pilihan yang paling disukai. Tindakan konsumen ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui serangkaian tahapan psikologis yang dipicu oleh kebutuhan mendesak dan stimulus pemasaran

yang efektif dari lingkungan sekitar. Memahami dinamika di balik keputusan pembelian konsumen adalah fokus utama dalam setiap penelitian manajemen pemasaran, karena keputusan ini menjadi penentu keberlangsungan suatu unit usaha (Sundana et al., 2023).

Fenomena keputusan pembelian Kain Songke di kalangan masyarakat lokal Manggarai di NTT mencerminkan tindakan konsumsi yang kaya akan nilai sosiokultural dan pertimbangan ekonomi yang rasional. Masyarakat lokal tidak hanya memandang Kain Songke sebagai komoditas pakaian, tetapi juga sebagai bagian penting dari pemenuhan kewajiban sosial dan ritual adat yang melekat dalam kehidupan mereka. Namun, di tengah keterbatasan ekonomi dan banyaknya pilihan pakaian modern, keputusan mereka untuk tetap memilih dan membeli Kain Songke sangat bergantung pada bagaimana variabel-variabel pemasaran, seperti kualitas fisik kain, kebijakan harga produsen, dan daya tarik desain visual, dapat memenuhi kepuasan batin mereka (Putrifasari et al., 2023).

Secara bersamaan, keputusan pembelian masyarakat lokal Manggarai terhadap Kain Songke dibentuk oleh sinergi yang kuat antara jaminan kualitas produk yang dapat diandalkan, penetapan harga yang sesuai dengan daya beli, serta daya tarik desain produk yang estetik dan berkarakter. Ketiga variabel independen ini saling mendukung dalam mengurangi keraguan konsumen dan memperkuat keyakinan mereka saat melakukan transaksi.

Selain variabel keputusan pembelian ada pula variabel kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk adalah aspek fundamental yang menjadi pilar utama bagi keberlangsungan suatu komoditas busana, terutama dalam industri kain tradisional yang kaya akan nilai budaya. Dalam manajemen pemasaran, kualitas produk dianggap sebagai keseluruhan karakteristik dan sifat dari suatu barang yang memengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara nyata. Pengalaman fisik yang dirasakan oleh konsumen, baik positif maupun negatif terhadap fungsionalitas produk, akan menjadi faktor penting dalam menentukan apakah mereka akan mempercayai

merek tersebut. Oleh karena itu, pelaku usaha di bidang sandang tradisional dituntut untuk selalu adaptif dan cermat dalam menciptakan produk yang sesuai dengan preferensi dan selera konsumen (Sari & Avriyanti, 2023).

Dalam konteks Kain Songke Manggarai di Nusa Tenggara Timur, kualitas produk sangat penting karena kain ini bukan hanya sekadar pakaian, tetapi juga busana adat yang merepresentasikan martabat dan identitas budaya masyarakat setempat. Kualitas Kain Songke dinilai dari keandalan fisik seperti kekuatan jalinan benang yang ditenun secara manual, kerapian pola geometris, ketahanan warna agar tidak mudah pudar, serta kelembutan tekstur kain saat digunakan dalam berbagai upacara adat yang berlangsung lama. Jika para pengrajin lokal mampu mempertahankan dan meningkatkan mutu fisik tersebut, maka produk tenun tradisional ini akan memiliki daya saing yang kuat menghadapi produk tekstil modern buatan (Wandera et al., 2025).

Keterikatan emosional masyarakat lokal Manggarai terhadap Kain Songke akan semakin kuat jika ekspektasi mereka terhadap kualitas barang sejalan dengan realitas fisik yang mereka terima. Kualitas produk yang unggul berfungsi sebagai senjata strategis yang sangat potensial bagi para pengrajin tenun di NTT untuk mengungguli pesaing di industri fesyen. Ketika masyarakat lokal merasakan bahwa Kain Songke yang mereka beli memiliki ketahanan tinggi dan dikerjakan dengan ketelitian yang baik, persepsi positif tersebut akan langsung menumbuhkan keyakinan dalam diri mereka. Kualitas produk yang konsisten dan terjamin pada akhirnya menjadi pendorong utama yang memicu minat konsumen untuk melakukan pembelian (Siboro, 2024).

Selain variabel keputusan pembelian dan kualitas produk, ada juga variabel harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel dan sensitif dalam memengaruhi perilaku konsumen, karena harga berkaitan langsung dengan pengorbanan finansial yang harus dilakukan oleh seseorang. Secara konseptual, harga didefinisikan sebagai satuan moneter atau

sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan hak kepemilikan, pemanfaatan, atau kepuasan atas suatu produk atau jasa. Bagi seorang konsumen, harga yang tercantum pada produk sering kali dijadikan sebagai petunjuk awal untuk menilai seberapa besar manfaat atau kualitas sebenarnya yang terdapat dalam barang tersebut sebelum mereka memutuskan untuk melakukan transaksi (Arifin & Wulansari, 2025).

Dalam perdagangan Kain Songke di kalangan masyarakat Manggarai, penentuan harga memerlukan strategi yang matang karena berkaitan dengan daya beli masyarakat lokal serta penghargaan terhadap proses produksinya. Pembuatan Kain Songke secara tradisional memerlukan waktu berbulan-bulan dan tenaga yang cukup besar, sehingga tidak mengherankan jika produk ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Namun, produsen harus dapat menetapkan harga yang kompetitif dan rasional agar tetap terjangkau oleh masyarakat Manggarai sebagai konsumen utama. Kebijakan harga yang adil dan memudahkan, di mana jumlah yang dibayarkan dianggap sebanding dengan nilai budaya dan kualitas kain, menjadi kunci penting agar produk ini tidak kehilangan pasarnya di daerah asalnya (Manihuruk et al., 2025).

Persepsi harga yang terbentuk di benak konsumen lokal akan menentukan bagaimana mereka memposisikan Kain Songke dibandingkan dengan alternatif kain tenun dari daerah lain atau pakaian modern. Konsumen cenderung bersikap rasional dengan mencari produk yang menawarkan keseimbangan optimal antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diperoleh. Jika harga yang ditawarkan oleh pengrajin Songke di NTT dianggap wajar, transparan, dan mencerminkan kualitas seni yang tinggi, maka hambatan finansial bagi konsumen dapat diminimalisasi. Dengan demikian, strategi harga yang proporsional tidak hanya penting untuk menarik minat beli, tetapi juga menjaga stabilitas volume penjualan kain tradisional di pasar domestik (Prameswari & Meliana, 2025).

Tidak hanya variabel kualitas produk dan harga ada juga variabel desain produk yang mempengaruhi keputusan pembelian. Desain produk merupakan elemen diferensiasi yang sangat efektif dalam industri kreatif untuk menarik perhatian visual dan membangun keterikatan emosional dengan konsumen. Desain produk berfokus pada keseluruhan keistimewaan yang memengaruhi penampilan, bentuk, serta fungsi suatu produk berdasarkan cara pandang konsumen. Desain tidak hanya sebatas keindahan visual, tetapi juga merupakan inovasi menyeluruh yang mencakup kombinasi warna, keunikan corak, struktur motif, hingga ergonomi penggunaan. Di tengah persaingan pasar busana yang ketat saat ini, desain produk yang menarik dan sesuai dengan tren modern menjadi daya tarik utama untuk memberikan nilai tambah (Prameswari & Meliana, 2025).

Untuk produk yang memiliki nilai warisan budaya seperti Kain Songke Manggarai, aspek desain produk menghadirkan tantangan sekaligus peluang besar dalam mempertahankan keberadaannya. Kain Songke memiliki beragam motif filosofis yang sakral, seperti motif *su'i* (garis pembatas), *mata manuk* (mata ayam), dan *wela runus* (bunga runus) yang mencerminkan pandangan hidup masyarakat suku Manggarai. Tantangan bagi desainer dan pengrajin lokal di Nusa Tenggara Timur adalah bagaimana melakukan modifikasi visual dan diversifikasi produk agar kain tenun ini tampil lebih bervariasi, modis, dan relevan untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari tanpa merusak keaslian makna adat yang terkandung di dalamnya. Desain produk yang inovatif akan membuat Kain Songke diminati oleh berbagai generasi, termasuk kalangan muda lokal (Putrifasari et al., 2023).

Pengembangan desain produk yang kreatif dapat secara langsung meningkatkan daya tarik emosional dan nilai estetika Kain Songke di mata masyarakat lokal Manggarai. Melalui kombinasi warna yang lebih segar dan penerapan motif yang sesuai dengan tren busana nasional, konsumen akan melihat produk ini sebagai identitas budaya yang modern dan elegan. Ketika suatu produk tenun menampilkan karakteristik visual yang kuat,

unik, dan berbeda dari produk tekstil massal lainnya, daya tarik artistik tersebut akan menjadi daya tarik yang sangat kuat bagi konsumen. Keistimewaan desain ini pada akhirnya membedakan produk pengrajin lokal dan memicu minat pasar untuk memilikinya (Manihuruk et al., 2025).

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi ketiga faktor utama tersebut dalam satu model analisis empiris untuk memahami perilaku pembelian konsumen terhadap produk budaya lokal. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur tentang perilaku konsumen terhadap produk tradisional di Indonesia, serta memberikan kontribusi praktis bagi para pengrajin, pelaku UMKM, dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan kompetitif tanpa mengabaikan nilai-nilai budaya yang melekat pada produk. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian kain songke di masyarakat lokal Manggarai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar empiris yang kuat bagi pengembangan strategi pemasaran dan inovasi produk yang tidak hanya meningkatkan minat beli masyarakat, tetapi juga menjaga keberlanjutan ekonomi para pengrajin serta melestarikan warisan budaya tenun songke Manggarai di era modern.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka pertanyaan yang menjadi fokus dari rumusan masalah dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai?

3. Apakah desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan desain produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan, maka secara lebih rinci, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai.
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai.
3. Menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian kain Songke pada masyarakat lokal Manggarai.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi yang tinggi, baik dari segi teori maupun praktik. Diharapkan hasilnya dapat memberikan dampak positif yang luas, tidak hanya dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk kain songke Manggarai, tetapi juga dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal serta memperkaya kajian ilmiah di bidang pemasaran produk budaya. Secara umum, penelitian ini memberikan dua kontribusi utama, yaitu manfaat praktis yang berfokus pada penerapan hasil penelitian bagi pelaku usaha dan masyarakat, serta manfaat teoritis yang berorientasi pada pengembangan pengetahuan dan teori di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengrajin dan Pelaku UMKM Songke

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan kontribusi langsung bagi pengrajin dan pelaku usaha kain songke dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan memahami pengaruh kualitas produk, harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen, pelaku UMKM dapat lebih mudah mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan untuk memperluas pasar dan menarik minat beli masyarakat. Hasil penelitian ini juga dapat membantu pengrajin dalam mengenali potensi kekuatan internal seperti keunikan desain khas Manggarai dan nilai budaya yang melekat pada kain songke, sekaligus memperbaiki kelemahan yang selama ini dihadapi, seperti keterbatasan inovasi desain dan ketidakkonsistenan kualitas tenunan. Dengan memperhatikan temuan-temuan ini, diharapkan para pengrajin dan pelaku UMKM mampu melakukan inovasi produk yang berkelanjutan serta menyesuaikan strategi penetapan harga dan penjualan yang adaptif terhadap tren pasar modern. Hal ini diharapkan dapat berdampak pada peningkatan volume penjualan, pendapatan daerah, serta keberlanjutan usaha kain songke Manggarai di tengah ketatnya persaingan industri tekstil saat ini.

b. Bagi Pemerintah Daerah dan Dinas Terkait

Penelitian ini juga memiliki manfaat praktis bagi pemerintah daerah, khususnya bagi dinas yang membidangi perindustrian, perdagangan, dan pariwisata. Temuan penelitian dapat dijadikan bahan masukan dalam perumusan kebijakan pengembangan sektor ekonomi kreatif, seperti program pelatihan peningkatan keterampilan menenun, promosi produk unggulan daerah, dan penguatan branding kain songke sebagai identitas budaya Manggarai. Selain itu, hasil penelitian dapat membantu pemerintah

dalam merancang strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat, sekaligus memperkuat peran tenun songke sebagai simbol pelestarian budaya lokal yang bernilai ekonomi tinggi.

c. Bagi Masyarakat Konsumen

Bagi masyarakat, penelitian ini memberikan manfaat dalam bentuk peningkatan pemahaman dan apresiasi terhadap nilai budaya yang terkandung dalam kain songke. Melalui hasil penelitian ini, masyarakat diharapkan lebih sadar akan makna filosofis di balik setiap motif tenun dan termotivasi untuk mendukung produk lokal sebagai wujud pelestarian warisan budaya. Peningkatan kesadaran ini juga dapat memperkuat rasa bangga dan identitas kultural masyarakat Manggarai di tengah pengaruh budaya modern.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Dunia Akademik dan Peneliti

Penelitian ini memberikan kontribusi empiris bagi dunia akademik, khususnya dalam memperkuat teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan bauran pemasaran. Melalui hasil penelitian ini, peneliti dan akademisi dapat memahami peran kualitas produk, harga, dan desain produk dalam memengaruhi keputusan pembelian pada produk yang berbasis kearifan lokal. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi ilmiah bagi studi lanjutan yang ingin mengeksplorasi fenomena serupa di daerah lain dengan karakteristik budaya dan produk tradisional yang berbeda.

b. Bagi Pengembangan Teori Pemasaran

Temuan dari penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan teori pemasaran yang lebih kontekstual, terutama dalam memahami perilaku konsumen terhadap produk tradisional. Hasil penelitian ini dapat memperluas penerapan teori-teori seperti persepsi nilai konsumen, preferensi produk, dan keputusan pembelian, sehingga dapat diadaptasi tidak

hanya untuk produk modern, tetapi juga untuk produk budaya yang memiliki nilai simbolik dan historis.

c. Bagi Institusi Pendidikan

Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar tambahan dalam mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, perilaku konsumen, dan ekonomi kreatif. Kajian ini dapat digunakan sebagai contoh penerapan nyata teori pemasaran dalam konteks produk budaya, sehingga dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap penerapan konsep akademik di lapangan. Dengan demikian, penelitian ini dapat mendorong mahasiswa untuk lebih peka terhadap potensi ekonomi dari kearifan lokal sekaligus menumbuhkan rasa kepedulian terhadap pelestarian budaya daerah.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Analisis Data*. Penerbit Widina.
- Ajijah. (2023). *Metodelogi Penelitian*. Global Eksekutiif Teknologi.
- Alyani, N. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Tiktokshop (Studi Kasus Pada Gen Z di Palembang). *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6), 46–57.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14623913>
- Andriani, Z., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/20729>
- Arifin, M. Z. P. K. S., & Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab pada Toko Modassir Market Place Shopee. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 7–16. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Caroline, S., & Tjiptodjojo, K. I. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE ZALORA. *SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER HUBISINTEK*, 958–965.
- Fahrula, F., Purnama, I., & Muhajirin. (2026). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro One Thing. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 634–642.
<https://doi.org/10.62710/wzmgsa31>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hubbina, R., Mutia, A., & Putriana, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Kedai Oblong Jambi). *Journal of Student Research*, 1(5), 459–475.
- Irnaza, K., & Imron, A. (2023). Pengaruh Harga , Brand Image , Personal Branding , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik (Studi Kasus Pada Batik Riziq Pekalongan). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(4), 318–335.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Latte, J., & Manan, A. (2022). PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS ANYAMAN PURUN DI KECAMATAN HAUR GADING KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA. *Inovatif*, 4(1), 35–44.

- Maharani, I. A. M. N., & Suwendra, I. W. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun Prana Sutra di Desa Kalianget. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1), 21–28.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1.82543>
- Manihuruk, C., Saputra, A., Barus, A., & YUSDIANA. (2025). PENGARUH HARGA, GAYA HIDUP DAN DESAIN PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULOS UD TIARMA PEMATANG SIANTAR. *JURNAL ILMIAH EKONOMI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI*, 2(1).
- Ningtiyas, A. W., Muslih, B., & Soedjoko, D. K. H. (2022). *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ARTEE COLLECTION NGANJUK*. 214–222.
- Novitasari, D. A. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA NILNA MUKENA NGUNUT TULUNGAGUNG. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 8(1), 1–16.
- Nurissyarifah, & Darmawan, D. (2025). PENGARUH VARIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SARUNG. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Volume*, 03(02), 468–494.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati (ed.)).
- Prameswari, A., & Meliana, V. (2025). Pengaruh Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Global Batik. *STREAMING Business Journal*, 4(1).
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum* (1st ed.). Penerbit Andi.
- Putri, D. H. M., Syarief, N., & Pusporini. (2021). PENGARUH HARGA PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BRAND LOKAL. *Prosiding BIEMA*, 2, . 989-1005.
<https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/1718%0Ahttps://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/viewFile/1718/1215>
- Putrifasari, S., Munir, M., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada CV. Wecono Asri Kediri. *Journal of Creative Student Research*, 1(5), 141–155.
<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i5.2676>
- Rachman, A. Z. M., & Firmansyah, M. A. (2022). PENGARUH KUALITAS

PRODUK HARGA DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI BADKIDSWEAR SURABAYA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 174–184.

Ramadhani, N. P., & Lestari, R. B. (2024). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Gallery Sriwijaya Palembang. *3Rd Mdp Student Conference (Msc) 2024*, 757–761.

Rusmianita, Roswaty, & Emilda. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(01), 20–27.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Kado Buku.

Sari, N. K., & As'ad, A. (2022). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Pokana Saat Pandemi di Makassar. *Amkop Management Accounting Review*, 2(1), 63–70.
<https://doi.org/10.37531/amar.v2i1.151>

Sari, W., & Avriyanti, S. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK T-SHIRT BRAND CRESSIDA DI I'M FASHION STORE KABUPATEN TABALONG. *Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, 6(2), 1280–1291.

Sawitri, N. N. D. D., Laksmi, I. A. N. W., & Pancawati, N. L. P. A. (2023). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ekonomi Hindu*, 3(2), 104–115.
<https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.122>

Siboro, R. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Industri Fashion Online pada Merek H&M. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 22–35.
<https://doi.org/10.35457/transgenera.v1i2.3743>

Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandy, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

Sundana, Pranata, S., & Lukita, C. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (BATIK TRUSMI). *Jurnal Witana*, 01(01), 10–15.

Tiara, A., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *SIMANIS Simposium Manajemen Dan Bisnis Studi, Program Feb, Manajemen Kediri, U N P*, 3, 1229–1236.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4th ed.). Penerbit Andi.

Wandera, R. A., Munawaroh, R. S., Goendhi, L., & Asiah, A. N. (2025). Pengaruh kualitas produk, motif produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian kain sasirangan di banjarmasin selatan. *JUMA - Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 26(2), 4–91.

Wardani, L., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun di Dusun Sade Lombok. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 579–584.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59058>

Widyaratna, L., & Zainuri, A. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN FASHION LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PRELOVED DI THRIFTSHOP. *Journal of Comprehensive Science*, 2(4), 941–948.

Wilwatika, N. K. N., Murianto, Bagiastra, I. K., & Indrapati. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN TENUN SASAK DIDESA WISATA SUKERARE LOMBOK TENGAH. *Journal Of Responsible Tourism*, 4(2), 515–516.

Yuniawati, Sutrisna, A., & Wibawa, G. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada WIFT Indonesia (Survei Pada Konsumen Kemeja Wift Indonesia Tasikmalaya). *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 3(3), 109–118.
<https://doi.org/10.37676/mude.v3i3.6174>

Yunita, S. E., Puspasari, I. D., & Paramitha, D. A. (2024). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Celebrity Endorser Terhadap. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 308–318.