



**PENGARUH KUALITAS BAHAN, DESAIN, KENYAMANAN DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PADA PRODUK HIJAB PLISKET**

(Studi Pada Mahasiswa UNISMA, UIN dan UMM)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

NAFISAH AMELIA ISTIQOMAH

NPM.21801083057



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

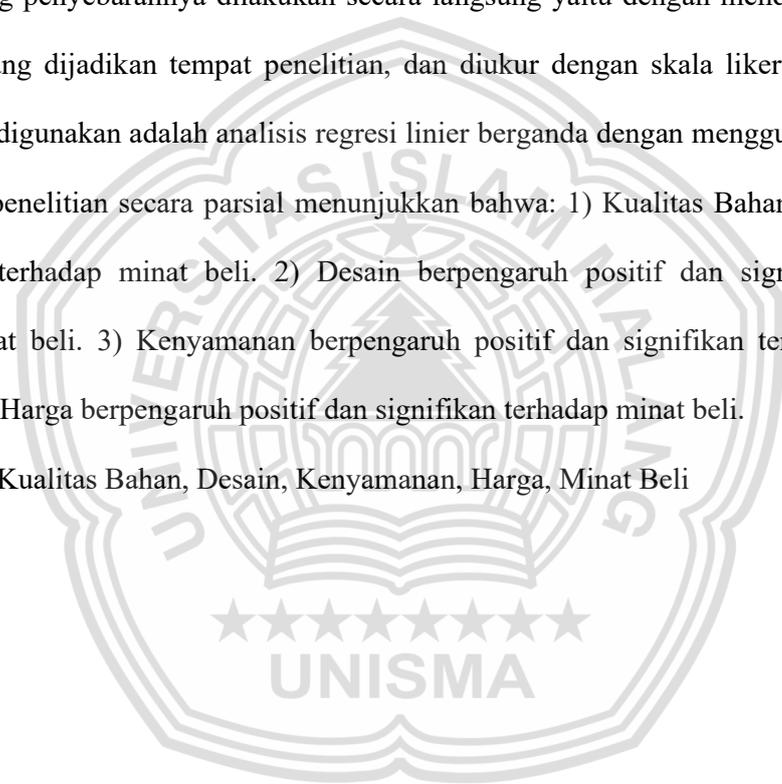
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

2022

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas bahan, desain, kenyamanan dan harga terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswa perempuan yang membeli hijab plisket dan mahasiswa perempuan yang menggunakan hijab plisket dengan jumlah sampel 120 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan teknik *Accidental Sampling* yang penyebarannya dilakukan secara langsung yaitu dengan mendatangi universitas yang dijadikan tempat penelitian, dan diukur dengan skala likert. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Bahan tidak berpengaruh terhadap minat beli. 2) Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 3) Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Kualitas Bahan, Desain, Kenyamanan, Harga, Minat Beli



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of material quality, design, convenience, and price to interest in buying student's plisket hijab products. This type of research is correlation quantitative research. In this study the samples taken were female students to buying plisket hijab and female students to wearing plisket hijab with a sample count of 120 people.. methods the data collection is by using a questionnaire with the Accidental Sampling technique whose distribution is carried out directly, namely by visiting universities that are used as research sites, and measured by a Likert scale. The analytical tool used is multiple linear regression analysis using SPSS. The results of the study partially show that: 1) quality of the material has a positive and significant effect on buying interest 2) design has a positive and significant effect on buying interest 3) Convenience has a positive and significant effect on buying interest 4) Price has a positive and significant effect on buying interest

Keywords: *material quality, design, convenience, and price*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dimana 12,7 persen dari penduduk muslim dunia ada di Indonesia yaitu sebanyak 231.069.932 jiwa. Besarnya jumlah populasi tersebut membuat pertumbuhan ekonomi Islam di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pertumbuhan tersebut memicu tumbuhnya sektor- sektor industri yang berbasis Syariah atau lebih dikenal dengan industri halal (halal industri) seperti makanan, minuman, pakaian atau fashion, wisata, hiburan, media, farmasi dan kosmetik. Berkembangnya industri halal tidak luput dari campur tangan pemerintah yang mendukung pertumbuhan sektor industri halal, dukungan tersebut tercermin dari dibentuknya Pusat pengembangan industri halal oleh Kementerian Perindustrian (Samsul et al., 2022).

Secara global pertumbuhan industri halal Indonesia juga mengalami peningkatan pada tahun 2018 Indonesia berada pada urutan ke -10, tapi pada tahun 2020 Indonesia berada pada urutan ke-4 berada di bawah Malaysia, Saudi Arabia dan UAE. Dilihat dari sisi ekonomi, industri halal dalam hal ini fashion halal menjadi salah satu penyumbang terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Selain itu performa ekspor Indonesia untuk industri fashion halal juga mengalami peningkatan semenjak 2012 – 2016 selalu masuk ke dalam 10 komoditas ekspor utama. Dan pada tahun 2019, Indonesia mampu mencatatkan

nilai ekspor pakaian hingga USD 8,3 miliar. Selain itu konsumsi fashion muslim di dunia juga mengalami peningkatan 4,2% pada tahun 2019 atau sebesar USD 277 milyar. Melihat besarnya tingkat konsumsi terhadap fashion muslim, membuat wakil presiden Indonesia Bapak Ma'ruf Amin mendorong perkembangan dan pertumbuhan industri fashion halal dengan harapan Indonesia menjadi produsen dan eksportir produk halal terbesar di dunia (Samsul et al., 2022).

Perkembangan fashion halal di Indonesia terus mengalami peningkatan, terutama di sektor *fashion* hijab. Hijab menurut Al-Quran artinya penutup secara umum. Hijab atau yang biasa kita dengar ialah kerudung yang digunakan oleh wanita muslim. Terkadang kata hijab dimaksudkan dengan jilbab. Dan adapun makna lain dari jilbab adalah sesuatu yang menutupi atau menghalangi dirinya. Itu sedikit arti dari hijab itu sendiri, agar kita lebih memahami dengan arti hijab (Hatta & Iswanty, 2018). Dimana perintah kewajiban berhijab sudah dijelaskan dalam firman Allah SWT. di dalam surat Al-Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

“Wahai Nabi ! katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin, “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”(QS. Al-Ahzab: 59)

Ayat ini secara eksplisit menjelaskan bahwa seorang perempuan harus menutupkan jilbab ke seluruh tubuh. Dimana maksudnya adalah berkewajiban untuk menggunakan kain yang menutupi tubuh dan auratnya supaya tidak terlihat. Oleh karena itu, bagaimanapun seorang perempuan yang sudah baligh harus menutup auratnya dan tubuhnya. Apalagi hampir seluruh tubuh perempuan memiliki keindahan dan dapat menarik hasrat bagi lawan jenis. Dan dijelaskan juga dalam hadits riwayat Bukhari no. 351 dan Muslim no. 890 mengenai larangan keluar rumah tanpa menggunakan hijab:

عَنْ أُمِّ عَطِيَّةَ قَالَتْ أُمِرْنَا أَنْ نُخْرِجَ الْحَيْضَ يَوْمَ الْعِيدَيْنِ وَذَوَاتِ الْخُدُورِ ، فَيَشْهَدَنَّ جَمَاعَةُ الْمُسْلِمِينَ وَدَعْوَتَهُمْ ، وَيَعْتَزِلُ الْحَيْضُ عَنْ مُصَلَّاهُنَّ . قَالَتْ امْرَأَةٌ يَا رَسُولَ اللَّهِ ، إِحْدَانَا لَيْسَ لَهَا جِلْبَابٌ . قَالَ « لِيُلْبَسَهَا » صَاحِبَتُهَا مِنْ جِلْبَابِهَا

“Dari Ummu ‘Athiyyah, ia berkata, “Pada dua hari raya, kami diperintahkan untuk mengeluarkan wanita-wanita haid dan gadis-gadis pingitan untuk menghadiri jamaah kaum muslimin dan doa mereka. Tetapi wanita-wanita haid harus menjauhi tempat shalat mereka. Seorang wanita bertanya:, “Wahai Rasulullah, seorang wanita di antara kami tidak memiliki jilbab (bolehkan dia keluar)?” Beliau menjawab, “Hendaklah kawannya meminjamkan jilbabnya untuk dipakai wanita tersebut.” (HR. Bukhari no. 351 dan Muslim no. 890).

Seperti yang kita ketahui Indonesia merupakan negara yang penduduknya mayoritas muslim dimana dalam islam seorang wanita muslim diwajibkan memakai hijab yang tujuannya untuk menutup aurat. Banyak kaum wanita yang awalnya tidak memiliki informasi dan pengetahuan mengenai wajibnya menggunakan hijab, selain itu pada awalnya kaum wanita di Indonesia kurang tertarik untuk menggunakan hijab karena pada zaman dulu hijab dipakai dengan gaya yang monoton atau biasa pada umumnya, berhijab dianggap kurang modis dan kurang menarik, namun seiring berjalannya waktu hijab saat ini banyak model dan jenisnya *fashionable*, sehingga menarik perhatian kaum wanita yang belum menggunakan hijab. Kini mereka memiliki pandangan yang berbeda, jika dahulu mereka menganggap bahwa hijab merupakan penghalang untuk bisa membantu mereka tampil modis dan *up to date*, kini pandangan mereka tentang hijab berubah, walaupun mereka menggunakan hijab dan berbusana tertutup untuk menjalankan aturan agama tetapi mereka juga bisa berpenampilan menarik, modis, *up to date*, *fashionable*, terlihat cantik, anggun dan tidak kuno (Ciceu Niar, 2019).

Hijab merupakan trend yang paling digemari oleh para kaum wanita muslimah, mulai dari anak-anak, remaja, mahasiswi bahkan ibu-ibu. Dalam perayaan hari besar seperti hari raya idul

fitri hijab dan busana muslim merupakan salah satu busana yang paling banyak dicari oleh konsumen dan rata-rata pasti laku di pasaran.

Adanya perkembangan dalam industri halal ini khususnya *fashion* membuat perkembangan model hijab semakin jauh lebih berkembang, baik dalam segi pemakaian, model, asesoris hingga kreasi hijab yang membuat penampilan terlihat lebih *trendy* dan keren. Banyak perancang busana yang tertarik membuat desain hijab yang lebih beragam dan lebih *stylist* tanpa menghilangkan unsur syar'i. *Trend* dalam *fashion* hijab ini memberikan peningkatan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, hal ini membuat *trend* berbusana menjadi lebih membanggakan dan semakin dilirik bagi kaum muda yang menyukai dunia *mode*. Dengan kemajuan ini memberikan hasil positif bagi dunia berbusana muslim. Berhijab diusia tua sudah biasa, tetapi berhijab diusia muda sudah menjadi pilihan *trend* berbusana saat ini. (Hatta & Iswanty, 2018).

Menurut hasil *survei* Gallup (2009), Indonesia masuk dalam daftar 10 negara paling religius. Gallup menemukan bahwa 99% orang Indonesia menilai agama merupakan hal penting dalam kehidupan keseharian mereka. Hal ini dapat dilihat dari fenomena berbagai hal seperti banyaknya orang Indonesia yang memakai hijab. Anggapan-anggapan mengenai pengguna hijab adalah perempuan tua, kuno, dan tidak modis, sekarang ini sudah mulai pudar. Menurut Dirjen Industri Kecil Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian, Terdapat 20 juta penduduk Indonesia pada tahun 2012 telah menggunakan hijab. Saat ini hijab semakin dikenal dan digemari oleh wanita-wanita muda, hingga remaja-remaja putri. Hal ini dikarenakan oleh promosi dari penggunaan hijab itu sendiri yang mengatakan bahwa berhijab pun bisa tetap terlihat modis (Hatta & Iswanty, 2018).

Hijab plisket merupakan *style* hijab yang sedang viral dan populer di tahun ini dengan model hijab yang bertekstur yaitu berupa plisket atau lipatan kerutan yang mudah dibentuk, tidak perlu disetrika bisa langsung pake dan tidak mudah kusut. Sehingga cocok untuk para

anak muda yang ingin memakai hijab anti ribet dan anti kusut. *Fashion* bagi mahasiswi sangatlah penting, salah satunya hijab menjadi kebutuhan utama bagi mahasiswi, tidak hanya sebagai penampilan, mahasiswi juga dapat melaksanakan perintah Agama. Banyaknya *competitor* hijab pada saat ini membuat industri hijab terus bersaing memberikan yang terbaik bagi konsumennya, untuk menarik minat beli konsumen, industri hijab berusaha mempertahankan kualitas produk, memproduksi berbagai variasi hijab baru dan gencar dalam promosi agar produk dari masing-masing *competitor* dapat dikenal calon pembeli (Nur'aini, 2020).

Dalam menjalankan bisnis hijab, seorang pengusaha atau produsen harus menjaga kualitas bahan yang digunakan, desain hijab dan harga yang ditawarkan karena hal itu menjadi keunggulan bagi perusahaan dalam bersaing di pasaran dan pembeda dari produk satu dengan yang lain. Oleh karena itu dalam menumbuhkan minat beli dan membuat keputusan pembelian produk hijab diperlukan kualitas produk yang baik, pemakaian bahan yang berkualitas, menawarkan harga yang terjangkau dan mendesain hijab yang berkualitas, menarik, dan sesuai dengan *trend* yang berkembang (*up to date fashion*) menjadi faktor yang harus diperhatikan.

Konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk pasti ada daya tarik terlebih dahulu pada produk yang disukai atau diincar, baru kemudian memutuskan untuk membeli. Menurut Kotler dalam Hidayat et al., (2012) mendefinisikan minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Dalam suatu pembelian produk hijab, pasti pembeli akan melihat dari segi bahan, desain atau model hijab nya, kenyamanan pemakaian dan harga sehingga mencari tau pada suatu produk yang di inginkan itu perlu untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan keinginan. Menurut Handoko dalam Muchamad Yuda S, (2019) mendefinisikan kualitas bahan

baku adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati et al., (2020) menunjukkan bahwa kualitas bahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variabel desain menurut Pramono dalam Lifa Filia Maindoka et al., (2018) desain adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan produk pesaing, dimana desain produk dapat menghasilkan daya pikat tersendiri yang menarik. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hatta & Iswanti (2018) menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan Mahasiswi dalam pembelian hijab.

Variabel kenyamanan menurut Kolkaba dalam Potter & Perry, 2005 dikutip oleh Ruswinda et al., (2019) mengungkapkan kenyamanan adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan ketentraman (suatu kepuasan yang meningkatkan penampilan sehari-hari), kelegaan (kebutuhan telah terpenuhi), transenden (keadaan tentang suatu yang melebihi masalah). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sundari & Wahyu Setiadi (2022) menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli ulang. Variabel harga menurut Kotler (2007) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ageng dan Syahwildan (2019) menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Bahan, Desain, Kenyamanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Hijab Plisket (Studi Pada Mahasiswa UNISMA, UIN dan UMM).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini antara lain yaitu :

- a. Apakah kualitas bahan, desain, kenyamanan dan harga berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- b. Apakah kualitas bahan berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- c. Apakah desain berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- d. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- e. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas bahan, desain, kenyamanan dan harga terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas bahan terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- c. Untuk mengetahui pengaruh desain hijab terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- d. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket
- e. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh antara kualitas bahan, desain, kenyamanan dan harga terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab, yang dimana dapat digunakan sebagai analisis ketika ingin membuka usaha dikemudian hari dan secara langsung dapat mengimplementasikan teori yang didapat selama perkuliahan.

b. Bagi Pembaca

Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh kualitas bahan, desain, kenyamanan dan harga terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket, serta dapat menambah kepustakaan yang diperlukan dengan topik yang sejenis.

c. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan serta literatur untuk peneliti selanjutnya, yang mengambil topik yang sama di bidang *fashion* hijab.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengusaha Hijab Plisket

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan pertimbangan bagi pengusaha hijab plisket dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap hijab plisket yang *fashionable* dan *modern*.

b. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur konsumen mengenai kualitas bahan, desain, kenyamanan pemakaian dan harga dalam melakukan pembelian pada produk hijab plisket.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas bahan, desain, kenyamanan dan harga terhadap minat beli mahasiswa pada produk hijab plisket di Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Bahan (X_1), Desain (X_2), Kenyamanan (X_3), dan Harga (X_4) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Hijab Plisket di Kota Malang.
2. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Bahan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Hijab Plisket di Kota Malang.
3. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Hijab Plisket di Kota Malang.
4. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Hijab Plisket di Kota Malang.

5. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Hijab Plisket di Kota Malang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Dalam penelitian ini variabel *independent* mempengaruhi variabel minat beli sebesar 52,8% sedangkan sisanya sebesar 47,2% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di UNISMA, UIN dan UMM tidak Universitas secara keseluruhan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran diantaranya :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan sampel yang diambil seperti outlet hijab (*offline store*) atau toko yang memang khusus memproduksi produk hijab, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli hijab seperti promosi, brand image, citra merek, kualitas pelayanan, lokasi, celebrity endorser, dan gaya hidup.



University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

- Ageng, M. M., & Syahwildan, M. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Kasus Pada Pembeli Produk Zoya di Outlet Cikarang Baru)*. 1–15.
- Astutik, L. I., Asjari, F., & Heriawan, F. (2021). *Pengaruh Kenyamanan Dan Consumer Experience Terhadap Minat*. 2(3), 16–23.
- Ciceu Niar. (2019). Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 551–561.
- Dewi, S. J. K., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Jilbab Rabbani di Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 248–258.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Hatta, H., & Iswanty, A. N. (2018). 14Trend Design Hijab dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Beli Hijab (Kasus Pada Mahasiswi Universitas Bakrie Jakarta). *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(September), 3.
- Hidayat, A. T., Elita, M. F., & Setiawan, A. (2012). Hubungan antara atribut produk dengan minat beli konsumen. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1), 1–14.
- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.518>
- Ibnunas, B. G., & Harjawati, T. (2021). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2), 85–100. <https://doi.org/10.32493/jmw.v1i2.10105>
- Ichwan Haqqi Muhammad, & Subakir. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 480–487. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3055>
- Irfan Rizqullah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Janah, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pad Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(April), 20 halaman.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>

- Kualitas, P., Baku, B., Produksi, P., Kualitas, D. A. N., & Mananeke, L. (2022). *W. Umboh ., L. Mananeke ., I. Palandeng . KERJA TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA PT CAVRON GLOBAL LEMBEAN EFFECT OF RAW MATERIAL QUALITY , PRODUCTION PROCESS AND LABOR QUALITY ON PRODUCT QUALITY AT PT . CAVRON GLOBAL LEMBEAN Jurnal EMBA Vol . 10 . No . 2 . 10(2), 407–417.*
- Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 1(2), 1–9.*
- Lia, C. K., Rizky, N., & Kemala, M. S. (2016). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GELAMAI MERK ERINA KECAMATAN PAYAKUMBUH BARAT KOTA PAYAKUMBUH Oleh. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.*
- Lifia Filia Maindoka, Altje Tumbel, & Christy Rondonuwu. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(3), 1518–1527.*
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma, 3(1), 62–70.*
- Masruroh, B., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran, Sertifikasi, dan Bahan Baku Halal terhadap Minat Beli Produk Halal. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 3(5), 855–872.* <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1134>
- Muchamad Yuda S, D. H. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Efektivitas Produksi Paving Block Di Pt. Samson Jaya Utama. *Sosiohumanitas, 53(9), 1689–1699.*
- Muhamad, fattah dan. (2016). PENGARUH CITRA MEREK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN All New Honda CBR 150 R (Studi Pada Dealer Honda Cemara Agung Motor Magetan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 1(1), 1–7.*
- Muhson, A. (2006). *T eknik A nalisis Kuantitatif T eknik A nalisis Kuantitatif.*
- Mulyani, D., & Herawati, H. (2016). PENGARUH KUALITAS BAHAN BAKU DAN PROSES PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA UD. TAHU ROSYDI PUSPAN MARON PROBOLINGGO. *UNEJ E-Proceeding, 463–482.*
- Nur'aini. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kerudung Rabbani. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, 6(02), 20–27.*
- Padmanty, S. (2014). *VOLUME PENJUALAN PADA INDUSTRI BATIK (Studi Pada Industri Batik di Kabupaten Sragen). Sancall, 143–147.*
- Rachmawati, A., Agus Kana, A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN, 1(2), 187–200.*
- Ratna Sari, Y., Harliyani, S., Sanjaya, V. F., Studi Manajemen Bisnis Syariah, P., & Islam Negeri Raden Intan Lampung, U. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) e-ISSN, 3(1), 2745–8547.*

- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Ruswinda, E., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2019). Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kenyamanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi Ac Penataran Jurusan Surabaya-Malang-Blitar (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Ekonomi Penataran Di Stasiun Kota Baru Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(7), 37–46.
- Samsul, Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Journal of Islamic Economics. *Journal of Islamic Economics*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie>
- Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 878–886.
- Sentosa, E., & Trianti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Proses Produksi Dan Kualitas Tenaga Kerja Terhadap Kualitas Produk Pada Pt Delta Surya Energy Di Bekasi. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2), 62–71. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.506>
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2), 144. <https://doi.org/10.30997/jsh.v9i2.1382>
- Sundari, Y., & Wahyu Setiadi, Yu. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KENYAMANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA MASKER SENSI DISAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 3(2), 328–338.
- Syahrum & Salim. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Ananda Rusydi (ed.)). Citapustaka Media.
- Tresiya, D., Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.30737/jimek.v1i2.310>
- Wahyuni, G. (2021). *Analisis Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada PT Super Box Industries*.
- Yuniar, S. A., & Basuki, R. S. (2021). Pengaruh Desain Kemasan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Mahasiswi D4 Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 113–116.