Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (2) 2025, Page: 21877-21883

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Genio Di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong

Ammar Fuad[1]

[1] **Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh, Aceh**
Corresponding Author: Ammr Fuad, e-mail: ammar.fuad@unmuha.ac.id

Published: August , 2025

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality, price, and product design on the purchasing decisions of Honda Genio motorcycles at PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. The research object consists of all consumers who purchased Honda Genio motorcycles at PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. The population in this study comprises 166 respondents, with a research sample of 62 respondents determined using the Slovin formula. The study employs an associative quantitative method. The regression formula applied is multiple linear regression. The findings indicate that both simultaneously and partially, product quality, price, and product design have a significant effect on consumer purchasing decisions for Honda Genio motorcycles at PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong.

Keywords: Purchasing Decisions, Product Quality, Price, and Product Design

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan industri otomatif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transpotasi yang memadai. Terbukti dengan semakin ramainya jalanan kota di Banda Aceh dan lalu lintas yang semakin padat oleh kendaraan bermotor. Serta dengan lahirnya perusahan-perusahan yang senantiasa berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar yang ada. Permintaan pasar akan kendaraan bermotor yang sedemikan tingginya, di hadapi para produsen otomoif sepeda motor untuk saling berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli.

Pesatnya pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia juga dipenaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor dari luar yang rata-rata berasal dari Jepang dan Cina. Produsen berlomba-lomba untuk menciptakann produk yang berkualitas dan menciptakan inovasi-inovasi baru demi menarik minat konsumen. Poin penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan suatu persaingan pasar, yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini adalah keputusan membeli dari seorang konsumen yang selalu timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yan hendak dibeli atas dasar merek.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasai, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Dengan keputusan pembelian, pemahaman perusahaan mengenai

perilaku konsumen meliputi jawaban atas pertanyaan seperti apa (what) yang dibeli, dimana (where) membeli, bagaimana kebiasaan (how often) membeli dan dalam keadaan apa (under what condition) barang-barang dan jasa-jasa dibeli. Dengan memahami perilaku konsumen perusahaan dapat merancang apa saja diingikan konsumen.

Harga memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan. Tinggi rendahna harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa, Dari kebiasaan para konsumen, strategi penetapan harga sangat berpengaruh penting terhadap penjualan maupun pemasaran untuk suatu produk yang ditawarkan. semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi.
Dengan ini semakin meningkatnya pasar global otomotif maka harga yang tinggi juga tidak dapat dihindarkan lagi. Dengan sekarang perusahan berusahan berlomba-lomba menjual produk yang canggih dengan harga pasaran yang tidak terlalu tinggi, untuk memikat daya konsumen untuk menggunakan produknya. Dalam melakukan keputusan pembelian biasanya hal pertama yang dipertmbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat harga atas produk tersebut.

Berdasarkan survei awal pada tanggal 23 Juni 2020 dengan mewawancarai 20 orang konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. Mengenai variabel kualitas Produk Honda Genio memiliki keunggulan rangka yang lebih ringan dibandingkan dengan sepeda motor lainnya. Menurut beberapa dari konsumen sepeda motor Honda Genio yang memiliki power charging yang letaknya dibawah bangku sepeda motor itu sangat kurang efektif bagi pengguna. Hal tersebut menjadi kekhawatiran tersendiri bagi konsumen, sebab bisa terjadinya korsleting atau hubungan pendek arus listrik.

Penurunan pembelian terhadap sepeda motor Honda Genio dikarenakan selama masa covid-19 pendapatan masyarakat mulai menurun dan banyak masyarakat yang kehilangan mata pencaharian. Dalam beberapa bulan terakhir, khusunya bulan Januari sampai bulan Juni 2020, penjualan sepeda motor Honda Genio di Showroom motor Peunayoung Banda Aceh memiliki tingkat penjualan yang cenderung kurang, yang kita dapat lihat dari tabel berikut ini :

Penjualan bulan Agustus 2024 sampai bulan Februari 2020 memiliki penjualan yang begitu banyak yaitu total penjualan rata-rata hingga diatas 20 unit perbulan. Sedangkan bulan Maret sampai dengan bulan Juni penjualan cenderung menurun hingga dibawah 10 unit perbulan. Kemudian mengenai variabel harga, harga motor Genio juga tergolong mahal jika dibandingkan dengan kualitas yang dibandingkan dnegan motor Honda lainnya.

Responden mengatakan dengan harga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan perolehan manfaat yang diberikan, Honda Genio memiliki kualitas yang standar di bandingkan dengan sepeda motor lainnya. Dengan kuliatas produk yang standar harga yang ditawarkan juga tidak jauh dari motor yang memiliki keunggulan lainnya. Dari segi desain, menurut konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong sangat tertarik terhadap desain panel sepedo meter yang sudah menggunakan teknologi digital. Desain produk sering diartikan sebagai sebuah perncanaan, rencana atau gagasan. Responden mengatakan bentuk sepeda motor sangat ramping, Menurut responden desain yang di ciptakan sangat simpel dan standar, ukuran yang kecil sehingga konsumen yang memiliki badan besar akan sulit menggunakan karena desain produk tidak diciptakan universal

Seiring dengan persaingan dunia otomotif di Indonesia yang sangat pesat perkembangannya, baik dilihat dari kualitas produk, harga dan desain produk yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Dan mampu memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjang. Berdasarkan uraian ini peneliti tertarik untuk memilih judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Genio Di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong".

METODE PENELITIAN

Desain dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan penelitian Asosiatif.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2014:65) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau sebyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong dengan jumlah 166 konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda Genio.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Kuesioner ini terdiri dari 5 (lima) pertanyaan untuk setiap variabel, yang dirancang berbentuk pilihan yang telah disediakan

Tehnik Analisis Data

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS *(statistic pagcket for social sainee),* teknik analisis data meliputi: uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas dan uji asumsi klasik. Sementara itu pengaruh hubungan antara variabel digunakan analisis regresi berganda dengan menghitung koefisien determinan, melakukan uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket dalam mengumpulkan data. Uji validitas dilaksanakan dengan rumus korelasi bivariate person dengan alat bantu program SPSS. Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika harga r_hitung > r_tabel Pada nilai Signifikasi 5%.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	(r_{hitung})	Nilai r_{tabel} (n = 62)	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	A1	0,585	0,244	Valid
	A2	0,797		Valid
	A3	0,585		Valid
	A4	0,797		Valid
	A5	0,797		Valid
	A5	0,230		Valid
Kualitas produk (X_1)	B1	0,817	0,244	Valid
	B2	0,825		Valid
	B3	0,563		Valid
	B4	0,575		Valid
	B5	0,825		Valid
	B6	0,520		Valid
	B7	0,413		Valid
	B8	0,495		Valid
Harga (X_2)	C1	0,810	0,244	Valid
	C2	0,321		Valid
	C3	0,810		Valid
	C4	0,450		Valid
Desain Produk (X_3)	D1	0,854	0,244	Valid
	D2	0,836		Valid
	D3	0,479		Valid
	D4	0,479		Valid

	D5	0,831		Valid
	D6	0,513		Valid
	D7	0,380		Valid

Sumber : Data Primer, 2025 (diolah)

Hasil perhitungan Uji Validitas sebagaimana tabel-tabel diatas menunjukkan bahwa semua harga r_hitung > r_tabel pada nilai Signifikasi 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian ini valid, sehingga dapat digunakan sebagai intrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Sebuah instrumen penelitian, seperti kuesioner, dinyatakan reliabel jika nilai *alpha* yang diperoleh ≥ 0,60. Pengujian ini bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan- pertanyaan yang diajukan. Proses analisis dilakukan dengan bantuan SPSS. Hasil dari uji reliabilitas tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2.Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1.	Keputusan Pembelian (Y)	0,836	Handal
2.	Kualitas produk (X_1)	0,862	Handal
3.	Harga (X_2)	0,765	Handal
3.	Desain produk (X_3)	0,842	Handal

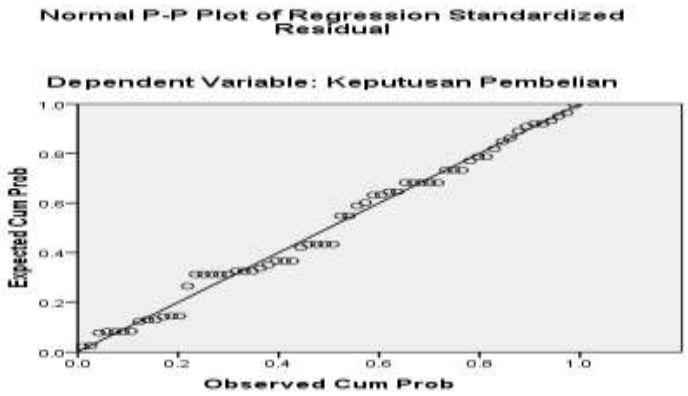
Sumber : Data Primer, 2025 (diolah)

Tabel 2 di atas memperlihatkan bahwa nilai *cornbach alpha* masing-masing variabel keputusan pembelian pada pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong menunjukkan nilai *cornbach alph*a di atas 0,60. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan handal. Dengan kata lain, kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong memiliki tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji model regresi, apakah variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika data terdistribusi normal, maka model yang digunakan dapat diterima. Hasil uji normalitas data dengan menggunakan pendekatan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dapat dilihat pada Gambar IV.I yaitu :



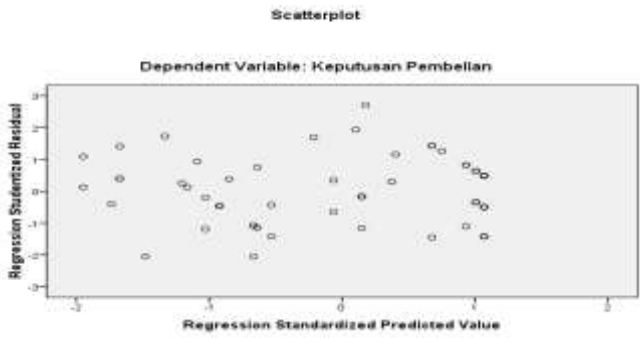
Berdasarkan hasil analisis, model regresi yang digunakan menunjukkan distribusi yang normal. Hal ini terlihat dari sebaran error berupa titik-titik yang berada di sekitar garis lurus pada gambar di atas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga residu dari model dapat dianggap berdistribusi secara normal. Uji normalitas

juga di buktikan dengan one-sample Kolmogorov smirnov test, uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya ialah jika nilai Signifikansi > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal dan jika nilai Signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskesdastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk menguji heteroskedastisitas yaitu dengan melihhat grafik. Di sini kita melihat grafik plots antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED (sumbu X) dengan residualnya ZRESID terikat (dependen) yaitu ZPRED (sumbu X) dengan residualnya ZRESID (sumbu Y).

Hasil pengolahan data memperlihatkan grafik *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar IV.2 yaitu :



Berdasarkan gambar IV-2 dapat terlihat bahwa sebaran residual tidak teratur, ditandai dengan plot yang terpencar dan tidak membentu pola tertentu.Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang mengkhawatirkan terhadap variabel metrik yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Mulitkolinieritas

Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas didasarkan pada nilai *variance inflation factor* (VIF) yang diperoleh melalui perhitungan statistik, dengan ketentuan apabila nilai VIF > 5,00 dapat diartikan terjadi gejala multikolinieritas. Sebaliknya apabila nilai VIF < 5,00 berarti tidak terdapat gejala multikolinieritas (Santoso, 2015:281). Hasil pengujian menunjukkan nilai VIF masing-masing variabel independent menunjukkan angka sebesar 1,014 untuk kualitas produk, sebesar 1,014 untuk desain produk seperti terlihat dalam Tabel 3di bawah ini (hasil lengkap lihat output SPSS Lampiran 7).

Nilai VIF Masing-Masing Variabel *Brand Awereness*, Dan Desain produk Terhadap Desain produk

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas produk	0.814	2.877
Harga	0.703	3.734
Desain produk	0.714	3.184

Sumber: Data Primer (Diolah), 2025

Tabel 3 di atas memperlihatkan nilai VIF masing-masing variabel independen lebih kecil dari 5,00 sehingga dapat diartikan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Dengan kata lain terdapat korelasi atau hubungan yang erat diantara sesama variabel independen (masing desain produk dan desain produk) sebagai *predictor variable* terhadap terhadap Keputusan Pembelian PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong .

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji t

Untuk menguji signifikansi (nyata atau tidak nyata) tingkat pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara

Peunayong digunakan uji parsial dilakukan pada saat menguji faktor pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk yang menunjukkan nilai $t\text{-}_{hitung}$. Faktor kualitas produk diperoleh nilai sebesar 4,544, nilai $t\text{-}_{tabel}$ pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 2,002, karena nilai $t_{hitung} > t\text{-}_{tabel}$ maka menerima H_a dan menolak H_o yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. Faktor harga diperoleh nilai sebesar 3,511 nilai $t\text{-}_{tabel}$ pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 3,090, karena nilai $t_{hitung} > t\text{-}_{tabel}$ maka menerima $H_a$dan menolak H_0 yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor desain produk terhadap Keputusan Pembelian honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. Faktor desain produk diperoleh nilai sebesar 3,511 nilai $t\text{-}_{tabel}$ pada tingkat keyakinan sebesar 95% menunjukkan angka sebesar 2,002, karena nilai $t_{hitung} > t\text{-}_{tabel}$ maka menerima $H_a$dan menolak H_0 yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor desain produk terhadap keputusan pembelian honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong.

Hasil Uji F (Secara Serentak)

Pengujian terhadap pengaruh *brand awareness*dan desain produk terhadap keputusan pembelian honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong digunakan uji F. $F\text{-}_{hitung}$ dalam persamaan ini adalah sebesar 115,163 sedangkan $F\text{-}_{tabel}$ sebesar 2,766. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini :

Tabel Analisis Of Variance (Anova)

Model	***Sum of Squeres***	***Df***	***Mean Squeres***	***F-$_{hitung}$***	***F-$_{tabel}$***	***Sig***
Regresi	10.781	3	3.594	21,907	2,766	0,000[a]
Sisa	1.810	58	0.031			
Total	12.591	61				

Sumber : Data primer (diolah), 2025

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa pada tingkat signifikansi 5% nilai $F\text{-}_{hitung} > F\text{-}_{tabel}$ maka dapat diartikan bahwa secara serentak terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian sehingga menerima Ha dan menolak Ho.

KESIMPULAN

Dari uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan kualitas produk sangat berpengaruh keputusan pembelian sepeda motor honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. Dampak dari kualitas produk adalah responden akan cepat memutusakan pembelian dengan kualitas produk yang ditawarkan lebih unggul dari pesaing.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. Dampak dari harga adalah responden dapat membeli sepeda motor dengan kebutuhan dan kemampuan daya beli yang sesuai dengan pendapatan responden.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan desain harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Genio di PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong. Dampak dari desain harga adalah responden dapat mengikuti tren sepeda motor dengan desain yang menarik

Saran

1. Diharapkan kepada pimpinan PT Capella Dinamik Nusantara Peunayong untuk dapat mempertahankan faktor kualitas produk, harga, dan desain produk serta dapat juga meningkatkan faktor tersebut, kemudian memperhatikan juga faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pada objek yang sama, hendaknya juga memasukkan unsur lain selain dari variabel yang telah dibahas mengenai keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Agnes Legia Pratistia Walukow(2014).*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Keputusan Pembelian Konsumen Di Banten Center* Sonder Minahasa

Arikunto, S. (2006). Prosedur penelitian: *Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta

Basrah Saidani (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah JakartaTimur*

Benyamin Molan. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.

Feigenbaum, 2012. *Kendali Mutu Terpadu*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. Imam, 2006, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Keller, Kotler 2015, *"Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition"* , England : Pearson Education, Inc

Nur Indriantoro, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Yogyakara; Penerbit BFEE UGM.

Philip, Kotler .(2012): *Marketing Management* 14th Edition New Jersey: Pretice Hall.

Sangadji, (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI

Slovin., (2014), *Populasi Dan Sampel Penelitian* 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin, Erlangga, Jakarta.

Sugiyono, (2009), *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesembilan, Alfabeta Bandung.

Sugiyono, (2014): *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung

Wening Mustikasari(2014).*Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik*

Yefta Aditya Pranata (2015). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Android Samsung*

Yudhi Soewito (2013). *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*