

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND IDENTITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JOKOTOLE *COLLECTION* BATIK MADURA

Angga Dwi Susetyo
Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Untag Surabaya

ABSTRACT

Currently, you can say that batik is the ancestral heritage of the Indonesian people. In Indonesia itself, batik can be said as an inherent identity among local and foreign communities. . In the end, Uswatun Hasanah as the founder of the Jokotole Collection Batik Madura succeeded in empowering batik craftsmen to increase their productivity. The author conducted a study entitled "The Influence of Product Design, Product Quality, and Brand Identity on the purchasing decisions of Jokotole Collection Madura products" in order to find out how much influence product design, product quality, and brand identity jokotole collection have in consumer purchasing decisions. This study uses purposive sampling technique to determine the number of respondents as many as 73 people. The analysis used in this study is Multiple Linear Regression Analysis. The stages before the regression analysis is carried out are to test the validity and reliability test, then do the classical assumption test. After the regression analysis, the partial test (t test), and the coefficient of determination (R²) test, and the simultaneous significance test (statistical test) are carried out. f). The results of the regression analysis in this study indicate that product design, product quality, and brand identity have a positive influence on purchasing decisions. The results of the analysis using the t test show that product design, product quality, and brand identity have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords : *Product Design, Product Quality, Brand identity*

Pendahuluan

Saat ini bisa dibilang batik merupakan warisan leluhur dari bangsa Indonesia. Di Negara ini sendiri batik bisa dikatakan sebagai identitas yang melekat dikalangan masyarakat lokal hingga mancanegara. Sebagai warisan pendahulu bangsa ini, batik telah ditetapkan UNESCO yang telah mengukuhkan batik sebagai mahakarya pusaka kemanusiaan lisan dan tak benda kepada Indonesia. Sebagai bangsa yang berbudaya, bangsa Indonesia wajib menjaga kelestarian budaya batik ini. Sebagaimana warisan budaya lainnya, batik mengandung nilai kearifan dan hal ini sering terabaikan di tengah kemajuan teknologi, globalisasi, modernisasi dan budaya konsumerisme.

Di Indonesia sendiri batik berkaitan erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Tanah Jawa. Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerjaan Solo dan Yogyakarta. Pada saat itu batik banyak dipergunakan oleh kaum perempuan. Hanya sedikit pria yang menggunakan kain batik. Kesenian batik adalah kesenian ukiran kain yang biasa digunakan sebagai pakaian raja-raja di zaman dahulu. Awalnya, aktifitas pembuatan batik hanya dilakukan di dalam kerajaan keraton saja, karena yang diperbolehkan menggunakan batik pada saat itu adalah raja, keluarga kerajaan dan para pembesar kerajaan.

Di Jawa sendiri hampir di setiap Kota/Kabupaten memiliki ciri khas, motif, corak warna tersendiri. Tak mengherankan bila bisnis Batik pun kian merebak luas di mana-mana dengan Kota/Kabupaten di wilayah Jawa Tengah sebagai kiblatnya batik di Indonesia misalnya di Yogyakarta, Solo, Pekalongan, hingga sampai di Pulau Madura, Jawa Timur.

Batik Madura adalah salah satu bentuk seni budaya yang muncul dari kearifan lokal dari masyarakat Madura, batik ini juga banyak diminati dan populer di kalangan konsumen lokal dan internasional. Dengan corak yang khas dan Desain/Motif Batik Tulis Madura memiliki keunikan sendiri untuk para konsumennya. Batik Madura memiliki gaya batik yang unik dan bebas, produksi batik sendiri dilakukan di setiap rumah-rumah dan masih mempertahankan produksi batik secara tradisional, yang digambar dan diolah dengan cara tradisional.

Sebagai warisan budaya Indonesia yang telah diakui dunia, batik Indonesia memiliki corak yang berbeda-beda di setiap daerahnya. Selama ini, batik dari Jawa yang sudah dikenal oleh pasar internasional. Dengan semakin berkembangnya dunia digital saat ini, maka tidak mustahil jika batik bisa semakin dikenal, tak terkecuali batik yang ada di Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Di Bangkalan sendiri banyak bermunculan industri kecil yang berkembang di masyarakat. Dengan semakin populernya batik Madura, maka semakin banyak pula masyarakat Bangkalan yang menjadi pengrajin batik. Melihat perkembangan ini, maka pengrajin menangkap adanya peluang yang besar jika mampu menciptakan usaha dalam bidang batik.

Setiap daerah kini banyak yang sudah memiliki produk batik dengan ciri khas dari berbagai daerahnya masing-masing. Konsumen umumnya akan memutuskan pembelian pada suatu produk jika memiliki kualitas dan identitas serta desain yang menarik dan bagus. Desain dalam suatu produk tersebut selalu dikaitkan dengan varian yang ditawarkan beragam, dengan berbagai warna, ukuran dan model yang sesuai perkembangan jaman dimana menjadikan konsumen selalu memutuskan pembelian produk pada satu tempat yang selalu memberikan model dan corak yang menarik. Desain produk merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih batik karena desain dari suatu produk akan mempengaruhi penampilan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler bahwa desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen (Kotler, 2005 : 332). Selain desain produk dan kualitas produk hal yang penting dipertimbangkan dalam memilih produk agar bisa nyaman jika dipakai antara lain yang harus diperhatikan dari segi ketahanan produk, kelengkapan produk, dan dalam memilih bahan. Kualitas produk merupakan salah satu unsur penting yang mampu menentukan tinggi rendahnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pernyataan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2009 : 103) yang menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Pada dasarnya, konsumen membeli suatu produk bukan hanya sekedar ingin memiliki produk tersebut. Konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk karena produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal penting lainnya adalah identitas suatu produk itu sendiri dimana yang memiliki ciri khas tersendiri dari suatu produk itu sebagai identitas yang membuat konsumen tertarik dengan uniknya suatu produk berdasarkan identitas yang dipunyainya.

Berdasarkan pertimbangan tersebut setiap pengrajin batik harus mempunyai nama dan identitas tersendiri dengan desain produk yang menarik yang memiliki makna tersendiri dengan kualitas yang baik agar menarik perhatian konsumen dalam memutuskan pembelian. Salah satunya adalah pengrajin yang mempunyai identitas tersendiri dari berbagai macam batik yang

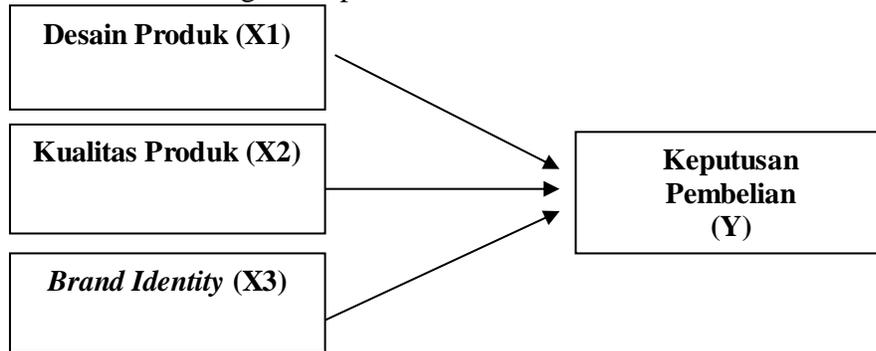
mereka punya dengan kualitas yang bermacam-macam dengan desain produk yang khas dimana setiap coraknya mampu membuat konsumen ingat akan produk-produknya.

Pengrajin batik yang tidak mempunyai identitas dan desain tersendiri serta yang tidak mempunyai kualitas yang baik akan berdampak pada tidak bagus terhadap kelangsungan usaha tersebut dan mengakibatkan produk tersebut tak menjadikan pilihan bagi konsumen dan tidak akan diingat konsumen. Hal itu terjadi karena identitas dan desain merupakan icon atau ciri khas tersendiri dari berbagai pengrajin batik. Karena konsumen akan memilih batik yang mempunyai identitas desain dan kualitas serta image yang bagus dibenak konsumen. Jika pengrajin batik tidak memperhatikan desain, kualitas serta identitas maka akan terkalahkan oleh pengrajin batik lainnya. Jika hal seperti itu terjadi maka akan berdampak buruk dalam kelangsungan usaha yang dijalannya, karena desain, kualitas, dan identitas akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Murphy dalam jurnal *Impact of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Products with Low Mental Conflict* (2012), merek adalah sebuah fenomena yang kompleks. Tidak hanya produk yang nyata, tetapi adalah unik dari fitur-fiturnya. Pelanggan mungkin berhubungan dengan merek didasarkan pada beberapa fitur dan persepsi mereka (Veloutsou, 2006 Moutinho) menurut pandangan Brodie et al (2009) dalam jurnal *Impact of Brand Equity on Purchase Decision of Final Consumer Focusing on Products with Low Mental Conflict* (2012): ada hubungan tersendiri antara konsep dan kepribadian merek. Identitas merek sebagai kumpulan sifat manusia dikombinasikan dengan merek, identitas merek meliputi nama merek dan fitur visual (seperti logo, warna, font, dll). Dalam identitas merek ditentukan pelanggan merasa senang terhadap suatu merek. Dengan demikian identitas merek adalah alat untuk mengidentifikasi pelanggan dan menunjukkan perbedaan merek. Identitas merek menunjukkan asosiasi merek dan merupakan keinginan perusahaan untuk membentuk identitas mereka sendiri dibenak pelanggan. Konsep identitas sangat penting untuk tiga alasan: merek harus tahan lama, dapat mengeluarkan gejala dan produk yang konsisten dan realistis.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis ingin mencoba untuk melihat adakah pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan *Brand Identity* tersebut dalam sebuah penelitian berjudul **“Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, *Brand Identity* terhadap Keputusan Pembelian pada Jokotole Collection Batik Madura”**.

Kerangka Berpikir

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Data yang diolah penulis, 2021

Hipotesis

Berdasarkan dari rumusan masalah, landasan teori, dan penelitian terdahulu yang sebelumnya telah diuraikan, maka dapat di ambil Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jokotole Collection Batik Madura.
2. Ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jokotole Collection Batik Madura.
3. Ada pengaruh Brand Identity terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jokotole Collection Batik Madura.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yakni pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kuantitatif, yaitu menggunakan analisis data secara mendalam dalam bentuk angka, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 73 orang. Dilaksanakan dengan menggunakan metode non-probability sampling (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya tertentu..

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.637	1.429		1.146	.256
Desain Produk (X1)	.210	.101	.173	2.071	.042
Kualitas Produk (X2)	.389	.119	.252	3.274	.002
Brand Identity (X3)	.511	.077	.556	6.626	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1,637 + 0,210X_1 + 0,389X_2 + 0,511X_3$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap terjadi perubahan pada Desain produk, kualitas produk dan *brand identity* akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

UJI T (PARSIAL)

dalam penelitian ini nilai $df = 73 - 4 = 69$, dengan nilai signifikansi (α) 5% diketahui nilai t sebesar 1,667. Hipotesis diterima jika nilai t hitung $>$ tabel, dapat disimpulkan bahwa:

Hipotesis Pertama (H1)

Hasil nilai uji t hitung pada desain produk sebesar 2,071 dimana t hitung $>$ t tabel ($2,071 > 1,667$) dengan tingkat signifikan ($0,042 > 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Jokotole Collection Batik Madura.

Hipotesis Kedua (H2)

Hasil nilai uji t hitung pada kualitas produk sebesar 3.274 dimana t hitung $>$ t tabel ($3.274 > 1,667$) dengan tingkat signifikan ($0,002 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Jokotole Collection Batik Madura.

Hipotesis Ketiga (H3)

Hasil nilai uji t hitung pada kualitas produk sebesar 6.626 dimana t hitung $>$ t tabel ($6.626 > 1,667$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa Brand Identity berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Jokotole Collection Batik Madura.

UJI F(SIMULTAN)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	330.961	3	110.320	66.166	.000 ^a
	Residual	121.714	73	1.667		
	Total	452.675	76			

Hasil dari hipotesis menyatakan terdapat pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity* secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian di Jokotole *Collection* Batik Madura.

a. Tabulasi jawaban responden berdasarkan variabel Desain Produk.

Tabel 4.1 Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Desain Produk (X1)

Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean	Keterangan
	SS	S	KS	TS	STS			
Produk Jokotole Collection memiliki ciri khusus pada logo	33	36	4	0	0	73	4.40	Sangat setuju

produk								
Karakter desain Jokotole collection sesuai dengan spesifikasinya	26	43	3	1	0	73	4.29	Sangat setuju
Produk Jokotole Collection memberikan kenyamanan saat dipakai	27	39	6	1	0	73	4.26	Sangat setuju
Desain produk Jokotole Collection mewakili karakter Batik Madura	28	32	9	2	2	73	4.26	Sangat setuju

Sumber : Data Primer diolah, 2021.

b. Tabulasi jawaban responden berdasarkan variabel Kualitas Produk.

Tabel 4.2 Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean	Keterangan
	SS	S	KS	TS	STS			
Produk Jokotole collection memiliki beragam ukuran	36	34	3	0	0	73	4.45	Sangat setuju
Fitur produk yang	16	45	10	2	0	73	4.03	Setuju

ditawarkan lebih baik daripada produk lain								
Produk Jokotole Collection tetap awet walaupun digunakan dalam jangka waktu yang lama	27	34	10	2	0	73	4.18	Setuju

Sumber: Data Primer diolah, 2021.

c. Tabulasi jawaban responden berdasarkan variabel *Brand Identity*.

Tabel 4.3 Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Brand Identity (X3)

Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean	Keterangan
	SS	S	KS	TS	STS			
Produk Jokotole Collection cukup dikenal banyak orang	24	34	14	1	0	73	4.11	Setuju
Produk Jokotole Collection mudah diingat	21	38	13	1	0	73	4.08	Setuju
Tersedia beberapa jenis produk dari Jokotole Collection	25	40	6	2	0	73	4.21	Sangat setuju
Jokotole Collection memiliki	28	37	7	1	0	73	4.26	Sangat setuju

slogan yang mudah di ingat								
Jokotole Collection memiliki logo	25	39	9	0	0	73	4.22	Sangat setuju

Sumber : Data Primer diolah, 2021.

d. Tabulasi jawaban responden berdasarkan variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 4.4 Jawaban Responden dan Nilai Mean atas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean	Keterangan
	SS	S	KS	TS	STS			
Membeli produk Jokotole Collection karena merupakan produk resmi dari Madura	35	32	6	0	0	73	4.40	Sangat setuju
Membeli produk Jokotole Collection karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.	24	41	1	7	0	73	4.12	Setuju
Membeli produk Jokotole Collection karena masyarakat sekitar juga menggunak	20	35	16	2	0	73	4.00	Setuju

anya								
Produk Jokotole Collection cukup dikenal	19	39	15	0	0	73	4.05	Setuju
Membeli produk Jokotole Collection sebagai bentuk dukungan terhadap Batik Madura	30	37	5	1	0	73	4.32	Sangat setuju

Sumber : Data Primer diolah, 2021.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh variabel Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Jokotole *Collection* Batik Madura. Dimana desain produk yang baik dapat mendorong seseorang untuk memutuskan pembelian di Jokotole *Collection* Batik Madura.

Desain produk yang dikatakan baik dan berkualitas apabila memiliki ciri-ciri tersendiri yang hanya dimiliki oleh Jokotole *Collection* Batik Madura yang hanya ada di Jokotole *Collection* Madura. Kinerja yang mengacu pada tingkat karakteristik Utama produk dan lebih baik sepanjang harga tidak melebihi nilai yang dirasakan, mutu yang sesuai harapan yang diproduksi terhadap spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Daya tahan yang baik berdasarkan ukuran waktu operasi yang diharapkan dari produk-produk Jokotole *Collection* Madura, Model Produk yang sesuai harapan konsumen dan desain yang khas serta sulit ditiru . hal ini menggambarkan bahwa desain dari produk Jokotile *Collection* Madura yang elegan dan selalu menggambarkan identitas batik Madura yang banyak digemari oleh konsumen dari Jokotole *Collection* Madura itu sendiri. Selain itu Desain dari Cokotole *Collection* Madura selalu meluncurkan desain-desain yang sesuai perkembangan jaman tanpa meninggalkan ciri tersendiri dari batik Madura dibandingkan dengan produk-produk batik dari Madura lainnya hal ini tentu semakin membuat daya tarik tersendiri konsumen untuk selalu memutuskan pembelian di Jokotole *Collection* Madura.

2. Pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Jokotole *Collection* Madura. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas dari produk Jokotole *collection* Madura bisa dibilang lebih baik

di bandingkan produk pesaing. Konsumen tentunya juga akan mempertimbangkan kualitas dari suatu barang yang akan di beli, hal itu juga berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen terhadap suatu merek. Jokotole Collection Madura harus tetap mempertahankan kualitas produknya dengan cara mengembangkan setiap produk dengan fitur-fitur yang lebih modern dan lain dari pada yang lain. Produk yang modern dan memiliki keunikan tersendiri akan lebih banyak digemari konsumen kalangan millennial, tentunya hal itu jua akan berdampak baik pada peningkatan penjualan Jokotole Collection Madura.

3. Pengaruh variabel *Brand Identity* terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand identity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Jokotole Collection Madura. Dimana brand identity yang baik dapat menarik konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk Jokotole Collection Madura. Sehingga *brand identity* memberikan pengaruh yang positif bagi keputusan pembelian konsumen.

Brand identity berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena produk Jokotole Collection Madura memiliki nama brand dan logo yang mudah diingat oleh para konsumen. Selain itu Jokotole Collection Madura juga memiliki reputasi yang baik bagi para konsumen sehingga memberikan pengaruh yang positif bagi konsumen. Sehingga dengan adanya nama, logo brand dan juga pandangan yang bagus maka akan meningkatkan keputusan seseorang untuk membeli produk Jokotole Collection Madura. *Brand identity* yang baik terhadap suatu produk akan meningkatkan persepsi yang baik pula terhadap konsumen. Untuk meningkatkan *brand identity* maka Jokotole Collection Madura harus meningkatkan beberapa faktor yaitu, slogan dapat ditingkatkan dengan cara dibuat menarik dan mudah dipahami, selanjutnya yaitu Jokotole Collection Madura sudah dikenal yang sangat menginspirasi maka produsen harus menambah kisah merek yang lebih dengan kisah merek dari kisah awal mula berdirinya Jokotole Collection Madura sampai di titik sekarang.

4. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity* terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel desain produk, kualitas produk, dan *brand identity* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jokotole *Collection* Batik Madura. Setiap indikator yang diteliti dari ketiga variabel tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari ketiga variabel tersebut kualitas produk sangat berpengaruh karena setiap konsumen yang akan membeli akan memperhatikan desain produk yang akan mereka beli, setelah itu mereka akan memperhatikan variabel yang lain yaitu kualitas produk, setelah mereka memperhatikan kualitas dari produk tersebut barulah para konsumen akan melihat identitas terhadap produk tersebut yaitu variabel *brand identity*. Maka perusahaan haruslah mempertahankan ketiga variabel tersebut karena berpengaruh bersama-sama secara positif dan signifikan. Setelah perusahaan meningkatkan ketiga variabel kemungkinan akan meningkatkan penjualan produk Jokotole *Collection* madura.

KESIMPULAN

1. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji F dan uji t membuktikan bahwa, variabel desain produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jokotole *Collection* batik madura. Hal ini menunjukkan bahwa desain produk sangat penting dalam konsumen mengambil keputusan pembelian. Maka semakin tinggi variabel desain produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen terhadap produk Jokotole *Collection*.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji F dan uji t membuktikan bahwa, variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jokotole *Collection*. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat penting dalam konsumen mengambil keputusan pembelian. Maka semakin tinggi variabel kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen terhadap produk Jokotole *Collection*.

3. Pengaruh *Brand Identity* terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji F dan uji t membuktikan bahwa, variabel *brand identity* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jokotole *Collection*. Hal ini menunjukkan bahwa *brand identity* sangat penting dalam konsumen mengambil keputusan pembelian. Maka semakin tinggi variabel *brand identity* maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen terhadap produk Jokotole *Collection*.

4. Pengaruh Desain produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity* terhadap Keputusan Pembelian

Desain produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity* secara simultan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jokotole *Collection*. Jadi dapat disimpulkan bahwa, jika Desain produk, Kualitas Produk, dan *Brand Identity* yang di sesuaikan maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga peneliti mengajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, Jokotole Collection Batik Madura harus memberikan slogan yang bervariasi dan menarik perhatian kosumen. Kemudian Jokotole Collection Madura kedepanya harus meningkatkan inovasi dan variasi dalam hal desain produknya agar terus menjadi yang paling diminati juga kualitas yang sudah sangat baik yang harus tetap di tingkatkan agar tidak tersaingi oleh para competitor dan selalu menarik perhatian konsumen agar selalu memutuskan pembelian di Jokotole Collection Madura.

2. Bagi peneliti selanjutnya, agar memperluas variabel dan dapat mengkaji lebih dalam mengenai Desain Produk, Kualitas Produk, dan Brand Identity terhadap keputusan pembelian yang diharapkan akan lebih dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Sjafi'i, Bambang Koesbandrijo, dkk. (2016). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. Surabaya: Prenada media Grup.
- Arif Zunaidi. (2015). *Pemasaran Batik Madura Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus pada Batik Jokotole di Bangkalan Madura)*. Madura : Universitas Trunojoyo.
- As'adi Muhammad. (2010). *The Power Of Goal*. Cetakan Pertama, Maret 2010. Yogyakarta : Garailmu.
- Burhanuddin Firmansyah. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Volume 01 Nomor 01 Tahun 2018
- Fani Cyntia dan Syuaiban Muhammad. (2016). *Pengaruh Brand Identity terhadap Keputusan Pembelian Produk di Rabbani Bunker Rawamangun Jakarta Timur*. Jurnal Utilitas Vol. 2 No. 2 Oktober 2016. Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA
- Heri Kuswara dan Johannes Arifin Wijaya. (2010). *Be Young Success Detik Ini!*. Yogyakarta : Penerbit ANDI
- Irma Yusniar Susanti (2015). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Eiger Surabaya)*. Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis, No. 1/Th. I/Maret 2015
- M. Khoirul. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Persebaya Store di Surabaya*. Administrasi Bisnis. Universitas 17 Agustus 1945.
- Made Laksmi Saraswati. (2014). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Nur Aulia Rohmawati. (2020). *Pengaruh Brand Identity, Kualitas Produk, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian produk Erigo di Surabaya*. Administrasi Bisnis. Universitas 17 Agustus 1945.
- Septi Eka Suryandari. (2016). *Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian tas Elizabeth Di Surabaya Timur*. Administrasi Bisnis. Universitas 17 Agustus 1945.
- Taufiq Shaleh. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Natural Indigo DYED (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Batik Merek The Bluesville)*. Semarang : Universitas Diponegoro

Sumber Internet :

<https://jokotolecollection.com/>