

**PENGARUH VARIASI PRODUK, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU DI VENTELA SURABAYA OFFICIAL STORE
CABANG NGINDEN KOTA BARATAJAYA SURABAYA**

Ainul Fattakhuddin

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Ainulfattakhuddin51@gmail.com

Awin Mulyati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, awin@untag-sby.ac.id

Diana Juni Mulyati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, diana@untag-sby.ac.id

Abstract

Ventela Surabaya Official Store is a shop that sells well-known local shoe products, namely the Ventela Brand. By having a Brand Image that Ventela shoes are famous for their product prices which are relatively cheap and have contemporary variations, consumers can easily find products at the Ventela Surabaya Official Store which is located in Nginden, Baratajaya City, Surabaya. This shop has its own characteristics, namely that it only sells Ventela products and sells various variations of original Ventela products. Another thing that the official Ventela Surabaya Official Store has is that its products are of premium quality, so that when they own these shoes, consumers can know the comfortable quality of the Ventela shoe products. The aim of this research is to understand and analyze the influence of product variety, brand image and product quality on purchasing decisions for shoe products at the Ventela Surabaya Official Store, Nginden Branch, Baratajaya City, Surabaya. Quantitative methods were used in this research. The population is those who have bought shoes at the Ventela Surabaya Official Store, Nginden Branch, Baratajaya City, Surabaya. Meanwhile, the sample used 100 respondents. Research Instruments Using E-questionnaires and SPSS were used to process data in this research. The results of this research prove that the three variables together influence purchasing decisions. However, of the three variables that have more influence on the decision to purchase shoe products at the Ventela Surabaya Official Store is the Product Quality variable which has a large count.

Keywords: *Product Variation, Brand Image, Product Quality and Purchase decisions.*

Abstrak

Ventela Surabaya Official Store adalah salah satu toko yang menjual produk sepatu lokal ternama yaitu merek Brand Ventela . Dengan memiliki Citra Merek bahwa sepatu Ventela terkenal dengan harga produknya yang relatif murah dan mempunyai variasi kekinian, maka konsumen dapat mudah menemukan produk di Ventela Surabaya Official Store yang bertempat di Nginden Kota Baratajaya Surabaya. Toko ini memiliki ciri khas tersendiri yaitu hanya menjual produk Ventela dan menjual bermacam Variasi Produk Ventela yang orisinal. Hal lain yang dimiliki toko resmi Ventela Surabaya Official Store ini produknya memiliki kualitas dengan bahan-bahan yang premium, sehingga ketika memiliki sepatu tersebut konsumen bisa mengetahui kualitas yang nyaman pada produk sepatu Ventela tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis pengaruh Variasi Produk, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu di Ventela Surabaya Official Store Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Populasinya yaitu yang pernah membeli sepatu di Ventela Surabaya Official Store Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya. Sedangkan sampelnya menggunakan 100 responden.

Instrumen Penelitian Menggunakan E-kuisisioner dan SPSS digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini membuktikan variabel ketiganya secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Namun dari ketiga variabel yang lebih pengaruh dalam Keputusan Pembelian produk sepatu di *Ventela Surabaya Official Store* adalah variabel Kualitas Produk yang memiliki t hitung besar.

Kata Kunci : Variasi Produk, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Sekarang peningkatan pesat dalam industri produk sepatu adalah tren yang telah berlangsung selama beberapa tahun. Bahwa penulis tertarik mengambil penelitian obyek sepatu lokal karena saat ini merek sepatu lokal sangat meningkat salah satunya yang dialami merek sepatu Ventela. Selain itu muncul merek- merek sepatu lokal yang jadi pesaing sepatu Ventela seperti sepatu merek *Aerostreet*, *NAH Project*, *Brodo*, *Compas* dan merek lainnya. Tetapi minat masyarakat Indonesia terhadap merek sepatu lokal pada tahun 2020 yang lebih digemari yaitu merek Ventela. Dari Oktober 2019 hingga Februari 2020, tren "Sepatu Ventela" tetap menjadi yang tertinggi. Brodo Shoes berada di peringkat kedua, diikuti oleh Geoff Max dan lainnya. Dengan mempunyai banyak peminat, sepatu Ventela sekarang banyak dijumpai di toko-toko berbagai kota-kota di Indonesia. Yang menjual produksi sepatu Ventela salah satunya terdapat toko di Jawa Timur yaitu di toko *Ventela Surabaya Official Store*. Di kota Surabaya ini terdapat tiga cabang toko *Ventela Surabaya Official Store* salah satunya bertempat di jalan Nginden Kota, kecamatan Sukolilo, kota Surabaya.

Sepatu Ventela merupakan salah satu merek sepatu lokal yang terkenal dengan desainnya atau variasi yang sederhana dan nyaman untuk dipakai sehari-hari. Variasi Produk bisa diinterpretasikan sebagai barang yang diproduksi oleh suatu rumah produksi dengan desain atau jenis yang berbeda. Dalam dunia pemasaran, Variasi Produk ataupun keberagaman produk bukanlah hal yang baru Kotler (2009:2015) dalam (Kojongian et al., 2022).

Adanya Citra Merek yang kuat dan harga yang terjangkau konsumen tertarik memiliki sepatu Ventela. Menurut Isamani (2008), sangatlah tidak mudah bagi sebuah entitas usaha untuk menggaet pembeli baru dengan mempertahankan pembeli lama tanpa adanya citra merek yang positif.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, sehingga diharapkan bahwa penelitian ini akan menggunakan pendekatan analisis kuantitatif. Karena itu, masuk akal

untuk menggunakan populasi dan sampel sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif (Khoirun Nisa 2020). Penelitian ini adalah jenis penelitian yang sistematis, terstruktur, dan terorganisir dari awal hingga akhir. Penelitian ini biasanya menggunakan analisis angka statistik dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Metode pengambilan sampel tidak acak digunakan untuk melakukan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan sampling purposive. Kuisioner yang digunakan guna mengumpulkan data, dan skala linkert digunakan sebagai skala pengukuran. Data sekunder yang dihasilkan melalui pembacaan buku, jurnal, artikel, data internet, skripsi, dan tesis penelitian. pada awalnya divalidasi dan diuji redibilitasnya. Dampak dari satu variabel terhadap variabel lainnya akan ditentukan dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

		R hitung	R tabel	Kesimpulan
Variasi Produk (X1)	X1.1	0.760	0.361	Valid
	X1.2	0.643	0.361	Valid
	X1.3	0.784	0.361	Valid
	X1.4	0.690	0.361	Valid
Citra Merek (X2)	X2.1	0.683	0.361	Valid
	X2.2	0.589	0.361	Valid
	X2.3	0.737	0.361	Valid
	X2.4	0.704	0.361	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0.753	0.361	Valid
	X3.2	0.818	0.361	Valid
	X3.3	0.811	0.361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0.780	0.361	Valid
	Y.2	0.611	0.361	Valid
	Y.3	0.604	0.361	Valid
	Y.4	0.817	0.361	Valid

Mengenai output uji validitas, bisa ditarik kesimpulan bahwa tiap-tiap variabel yakni (X1), (X2), dan (X3), serta variabel (Y) yang disesuaikan sama indikator pervariabel ,atas dasar persepsi responden dinyatakan valid dimana hal ini artinya bisa diyakinkan kebenarannya, sesuai dengan kenyataan dilapangan, dan mampu mengukur hal-hal yang memang perlu diukur. Hal tersebut bisa diamati dari hasil tabel 1, nilai r hitung > r table yaitu 0,361 dimiliki oleh semua item.

Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitas, Anda harus menghitung nilai koefisien reliabilitas Cronbach' Alpha > dari 0,6, maka pernyataan diberikan pada e-kuisioner dalam upaya pengukuran setiap variabel bisa diandalkan atau reliabel.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Angka Pembanding	Keterangan
Variasi Produk (X1)	0.689	0.600	Reliabel
Citra Merek (X2)	0.605	0.600	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0.707	0.600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.655	0.600	Reliabel

bahwa tiap-tiap variabel nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600. kesimpulannya bahwa pernyataan reliabel dapat diberikan kepada semua variabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Diaplikasikan dalam rangka menemukan pengetahuan apakah Ada efek dari kedua variabel independen dan dependen. Adapun ialah sebagaimana akan dipaparkan.

Tabel 3
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.716	1.266		1.356	.178
	Variasi Produk	.274	.090	.276	3.059	.003
	Citra Merek	.411	.081	.420	5.092	.000
	Kualitas Produk	.294	.101	.231	2.908	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

$$Y = 1,716 + 0,274X_1 + 0,411X_2 + 0,294X_3 + e$$

1. satuan dengan dugaan Citra Merek (X2) dan Kualitas Produk (X3) selalu stabil.
2. Koefisien regresi Citra Merek (X2) sebanyak 0,411. artinya Keputusan Pembelian (Y) ke depannya mengalami peningkatan sebanyak 0,411, dan sebaliknya jika setiap terjadi penurunan Citra Merek (X2) sebesar 1 satuan, sehingga Keputusan Pembelian (Y) ke depannya mendapat kemerosotan sebanyak 0,411 setiap terjadi peningkatan Citra Merek sebanyak 1 satuan dengan dugaan Variasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X3) selalu sama atau stabil.
3. Koefisien regresi Kualitas Produk (X3) sebanyak 0,294. Artinya Keputusan Pembelian (Y) ke depannya mengalami kenaikan sebanyak 0,294, dan berbanding terbalik apabila mengalami penurunan Kualitas Produk (X3) sejumlah 1 satuan, artinya Keputusan Pembelian (Y) ke depannya mengalami penurunan sebanyak 0,294 jika mengalami kenaikan Kualitas Produk sejumlah 1 satuan dengan dugaan Variasi Produk (X1) dan Citra Merek (X2) selalu sama atau konstan.

Uji Hipotesis

Bertujuan dalam upaya pembuktian terdapat pengaruh antar variabel independent pada variabel dependent yang diuji.

Dengan Kriteria, yaitu: Kriteria signifikansi adalah 5%, atau 0,05. Dilihat dari t hitung > t tabel, kita dapat mengatakan bahwa variabel X dan Y dipengaruhi secara parsial.

Tabel 4
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.716	1.266		1.356	.178
	Variasi Produk	.274	.090	.276	3.059	.003
	Citra Merek	.411	.081	.420	5.092	.000
	Kualitas Produk	.294	.101	.231	2.908	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dalam rangka mencari t tabel yaitu $df = n - k$ mengacu pada tabel diatas, maka diperoleh informasi:

n = Jumlah sampel

k = Banyaknya variabel yang diteliti (variabel bebas dan terikat)

Maka Dalam penelitian ini, $df = 100 - 4 = 96$, dan nilai signifikansi (α) adalah 5%. Oleh karena itu, nilai t tabel adalah 1,661, dan nilai hitung lebih besar dari t tabel. Nilai hitung > t tabel, kemudian berikut akan dipaparkan output uji hipotesis:

Maka pada penelitian ini $df = 100 - 4 = 96$, dengan nilai signifikansi (α) 5%. Jadi dapat dipahami nilai t tabel sebanyak 1,661. Nilai hitung > t tabel, kemudian berikut akan dipaparkan output uji hipotesis:

- Variabel Variasi Produk, Output dari uji t diatas didapatkan nilai t hitung sebanyak 3,059 yang mana ($3,059 > 1,661$) yang mempunyai signifikansi ($0,003 < 0,05$) jadi H_a diterima dan H_o ditolak. Pernyataan itu menunjukkan dari segi parsial bahwa Keputusan Pembelian barang sepatu di *Ventela Surabaya Official Store* Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi Variasi Poduk.
- Variabel Citra Merek, hasil dari uji t diatas didapatkan nilai t hitung sebanyak 5,092 yang mana t hitung > t tabel ($5,092 > 1,661$) yang mempunyai Tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Pernyataan ini menunjukkan secara parsial bahwa Keputusan Pembelian produk sepatu di *Ventela Surabaya*

Official Store Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi secara signifikan oleh Citra Merek

- c. Variabel Kualitas Produk, Output pada uji t diatas didapatkan nilai t hitung sebanyak 2,908 yang mana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,908 > 1,661$) yang mempunyai Tingkat signifikansi ($0,005 < 0,05$) jadi H_a diterima dan H_o ditolak. Pernyataan ini menggambarkan bahwa secara parsial bahwa Keputusan Pembelian produk sepatu di *Ventela Surabaya Official Store* Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi Kualitas Produk.

Uji Simultan (F)

Uji simultan diaplikasikan dalam rangka menemukan pengetahuan terkait pengaruh secara simultan semua variabel independent pada variabel dependent.

Kriteria : memiliki level signifikansi 0,05 pada acuan dan menemukan bahwa keputusan F hitung lebih besar daripada F tabel

Tabel 5

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235.907	3	78.636	53.690	.000 ^b
	Residual	140.603	96	1.465		
	Total	376.510	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek, Variasi Produk						

Menggunakan rumus sebagaimana akan dipaparkan:

Banyaknya variabel bebas (k) = 3

Banyaknya sampel (n) = 100

$df_1 = dk \text{ pembilang} = k = 3$

$df_2 = dk \text{ penyebut} = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

$df = (3 : 96)$

Mengacu pada tabel titik presentasi distribusi F pada signifikansi (α) = 5% atau 0,05. Jadi, kita bisa mengatakan bahwa penelitian ini mengemukakan hipotesis H_a diterima yang menerangkan bahwa Keputusan Pembelian sepatu Ventela di *Ventela Official Surabaya Store* Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi oleh Variasi Poduk, Citra Merek, dan Kualitas Produk. Hal itu

bisa dibantu membuktikan dari nilai F hitung $53,690 > F$ tabel sebanyak 2,70 yang mempunyai tingkat signifikansi sebanyak 0,000 artinya $< 0,05$.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menemukan kontribusi antara variabel-variabel independent yang simultan variabel dependent diaplikasikan uji determinasi. Output dari uji ini ditampilkan melalui angka *R Square*.

Tabel 6				
Uji R^2 (Determinasi)				
Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.615	1.210
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek, Variasi Produk				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Data Primer (diolah Peneliti), 2024

Dari output Model Summary bisa dipahami angka R Square sebanyak 0,627 atau 62,7%. Pernyataan ini menggambarkan bahwa pengaruh variabel independent Variasi Produk (X1), Citra Merek (X2) dan Kualitas Produk (X3) memaparkan pengaruh pada variabel dependent Keputusan Pembelian (Y) ialah sebesar 0,627 atau 62,7%. Sementara indikator-indikator lain dan yang asalnya selain dari variabel contohnya Harga, Promosi dan *Word Of Mouth* memengaruhi sisanya ($100\% - 62,7\% = 37,3\%$).

Kesimpulan

Tujuan yang dimiliki oleh penelitian ini ialah berusaha memahami pengaruh Variasi Produk, Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu di Ventela Surabaya Official Store Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya.

1. Keputusan Pembelian produk sepatu di *Ventela Surabaya Official Store* Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi oleh Variabel Variasi Poduk. Tanggapan responden mengemukakan bahwa nilai paling tinggi indikator variabel variasi produk menurut responden dimiliki oleh indikator Harga yang menyatakan pernyataan "Saya merasa produk sepatu di *Ventela Surabaya Official Store* harganya beragam dan bervariasi". Responden kebanyakan menilai sangat setuju karena dengan Harga sepatu yang berbeda-beda membuat konsumen bisa menentukan sepatu yang ingin dibeli sesuai keinginan konsumen.
2. Keputusan Pembelian produk sepatu di *Ventela Surabaya Official Store* Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi oleh Variabel Citra Merek. Tanggapan responden mengemukakan nilai paling tinggi indikator variabel Citra

Merek menurut responden dimiliki oleh indikator Atribut produk pernyataan “Saya merasa persepsi produk merek sepatu Ventela memiliki harga yang relatif terjangkau”. Responden kebanyakan menilai sangat setuju, karena konsumen ingin memiliki atau melakukan pembelian barang sepatu itu. Sebab produk sepatu yang bermerek Ventela sekarang sangat banyak dicari konsumen apalagi kalangan remaja saat ini.

3. Keputusan Pembelian produk sepatu di *Ventela Surabaya Official Store* Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi oleh Variabel Kualitas Produk. Tanggapan responden mengemukakan bahwa nilai paling tinggi indikator variabel Kualitas Produk menurut responden dimiliki oleh indikator Reliability yang mengandung pernyataan “Saya merasa produk sepatu Ventela memiliki kualitas produk yang di kesankan atau di promosikan”
4. Keputusan Pembelian di *Ventela Surabaya Official Store* Cabang Nginden Kota Baratajaya Surabaya dipengaruhi dengan cara simultan oleh Variabel Variasi Poduk, Citra Merek, dan Kualitas Produk. Hal ini mernunjukkan bahwa Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan apabila Variabel Variasi Poduk, Citra Merek, dan Kualitas produk ditingkatkan. penelitian ini menggambarkan bahwa Keputusan Pembelian simultan dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut.

Daftar Pustaka

- ABDULLAH, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. deepublish.
- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 117–126.
- Ardiansyah, M. R., Nuraeni, & Huda, K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Perceived Value dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ventela Footwear di Kota Pasuruan*. 1(4).
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
- INDRASARI, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. deepublish.

- Khoirul, M., Maduwinarti, A., & Pujiyanto, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Persebaya Store Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 37–43.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Krisdamarjati, Y. A. (n.d.). *Ventela dan Tantangan Popularitas Sepatu Lokal di Indonesia*. 2020. Retrieved February 29, 2020,
- Lay. (2019). BAB II Kajian Teoritis 2.1 Kualitas Produk 2.2.1 Pengertian Produk. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(1), 5–30.
presiden.perpusnas.go.id/uploaded_files/pdf/article_clipping/normal/BUNG_KA
- Lestari, A., Andayani, S., & Mulyati, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Modal Usaha, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Pet Shop Di Surabaya Barat. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(2), 13–19.
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740.
- Muhammad Rizki Ardiansyah, Nuraeni Nuraeni, & Khoirul Huda. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Perceived Value dan Brand Awareness Terhadap Keputusan fPembelian Konsumen Ventela Footwear di Kota Pasuruan. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4 SE-Articles), 215–232.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37.
- Putra, C. I. R. (2022). Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk. *EKOBIS (Ekonomi Bisnis)*, 1–23.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283.
- Rayhan Adhitya, W., Damanik, K. A., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minatbeli Sepatu Lokal Ventela (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Potensi Utama). *Jurnal Multilingual*, 3(2), 1412–4823.

- Saputra, V. N., Mulyati, A., & Andayani, S. (2015). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1, 1–14.
- Saputri, A. D., Mulyati, A., & Maruto, I. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untag Surabaya*, 1(1), 1–8.
- Shanada, A., Sri, R., & Tjahjono, A. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mr. Suprek Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 7(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Twin Matsni Atussa'dyah, & Lativa Hartaningtyas. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Kemasan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(5), 498–511.
- Wulandari, Z. P., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–14.