

## Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik

Eliya Putri Aprilia<sup>1</sup>, Didit Darmawan<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

Jl. Brigjen Katamso II Waru-Sidoarjo  
Korespondensi Penulis : [eliyaptr123@gmail.com](mailto:eliyaptr123@gmail.com)

**Abstract** This literature study examines the influence of product design on purchasing decisions for electronic products. Product design is one of several important aspects that manufacturers need to pay attention to when making an item, because product design plays a role in building the reputation or identity of an item, which can be a characteristic of the item and a differentiator from similar items owned by competitors. Product design includes function and form. Design related to form focuses on the planning and appearance of an item, while design related to function focuses on how the item can be used by consumers. In this study, the literature review method was applied by analyzing various relevant scientific sources. The results of the study revealed that product design has a significant influence on consumer purchasing decisions. The main purpose of this literature study is to analyze and synthesize previous research findings on the influence of product design on electronic purchasing decisions and identify factors that influence product design on electronic product purchasing decisions.

**Keywords:** Product Design, Purchasing Decisions, Electronics.

**Abstrak** Studi literatur ini mengkaji pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada produk elektronik. Desain produk adalah satu diantara beberapa aspek penting yang perlu dicermati para produsen ketika membuat suatu barang, karena desain produk berperan dalam membangun reputasi ataupun identitas sebuah barang, yang bisa menjadi karakteristik barang tersebut dan menjadi pembeda dari barang sejenis milik pesaing. Desain produk mencakup fungsi dan bentuk. Desain yang berhubungan dengan bentuk berfokus pada perencanaan dan tampilan suatu barang, sedangkan desain yang berhubungan dengan fungsi berfokus pada bagaimana barang tersebut bisa dipergunakan oleh konsumen. Dalam penelitian ini, metode kajian literatur diterapkan dengan menganalisis berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil studi mengungkapkan bahwa desain produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Tujuan utama studi literatur ini adalah menganalisis dan mensintesis temuan-temuan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh desain produk pada keputusan pembelian elektronik dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi desain produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik.

**Kata kunci:** Desain Produk, Keputusan Pembelian, Elektronik.

### 1. PENDAHULUAN

Era globalisasi ditandai dengan kemajuan informasi dan teknologi yang cepat, membuat kebutuhan masyarakat dalam mengakses informasi meningkat. Perkembangan ini telah mengubah hampir setiap aspek kehidupan manusia termasuk dunia industri (Lestari & Putra, 2022). Salah satu sektor yang merasakan dampak dari berkembangnya teknologi adalah industri produk elektronik yang ditandai dengan meningkatnya permintaan (Arifin *et al.*, 2023). Kemajuan teknologi pada industri elektronik mencakup berbagai bidang dimulai dari perangkat keras sampai perangkat lunak. Inovasi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), *virtual reality*, dan teknologi 5G membuka peluang untuk pengembangan produk elektronik. Teknologi pengolahan material dan manufaktur juga terdampak oleh perkembangan teknologi yang memungkinkan produksi barang elektronik dengan desain yang lebih inovatif, ringan, dan efisien. Hal ini turut meningkatkan kemampuan organisasi untuk membuat produk yang tidak

hanya berguna namun juga memiliki unsur keindahan dan mudah digunakan (Darmawan & Putra, 2022).

Keputusan pembelian merupakan cara memanfaatkan pengetahuan konsumen untuk membandingkan dua produk atau lebih dan memilih satu diantara beberapa produk tersebut (Gerung *et al.*, 2017). Keputusan pembelian merupakan sikap pembeli ketika memilih atau mengidentifikasi barang yang disesuaikan dengan keperluan dan keinginan konsumen (Widjaja & Rahmat, 2017). Menurut Kotler dan Armstrong (2016), keputusan pembelian termasuk aspek dari sikap pembeli yang melibatkan cara individu, organisasi, atau kelompok ketika menyeleksi, melakukan transaksi, memakai, serta mengevaluasi barang, ide, jasa, ataupun pengalaman guna melengkapi keperluan dan keinginan pembeli. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016) meliputi: 1) Pengenalan masalah (problem recognition); 2) Pencarian informasi (information search); 3) Evaluasi alternatif (evaluation of alternatives); 4) Keputusan pembelian (purchase decision); dan 5) Perilaku setelah pembelian (postpurchase behaviour). Keputusan pembelian termasuk pada proses yang dilewati konsumen ketika memilih produk yang akan dibeli berdasarkan faktor pengaruhnya secara internal atau eksternal (Darmawan, 2020). Pemahaman tentang proses pengambilan keputusan pembelian menjadi penting karena dapat membantu organisasi merancang strategi yang tepat untuk menarik minat konsumen.

Desain produk adalah satu diantara beberapa aspek penting yang harus dicermati oleh produsen ketika membuat suatu produk, karena desain bisa membangun reputasi atau identitas produk. Sehingga menjadikan desain produk sebagai karakteristik yang membedakan produk tersebut dengan produk sejenis milik pesaing. Desain produk berkaitan dengan bentuk dan fungsi, mencakup perencanaan serta tampilan produk, sekaligus bagaimana produk tersebut bisa digunakan (Darmawan & Arifin, 2021). Salah satu kegunaan utama manajemen bagi perusahaan adalah memastikan bahwa informasi yang diperoleh dapat diolah secara optimal untuk menciptakan barang yang sama seperti keinginan pembeli (Pramono & Ferdinand, 2012). Menurut Luchs dan Swan (2011), desain produk adalah bidang penyelidikan pemasaran yang melibatkan konseptualisasi, perancangan, dan pengembangan produk untuk memenuhi harapan dan keperluan konsumen. Indikator desain produk menurut Kotler *et al.* (2022) yaitu: 1) Performance (kinerja); 2) Estetika; dan 3) *Features* (karakteristik produk). Desain produk elektronik tidak hanya mencakup bentuk fisik dan warna tetapi melibatkan elemen lain seperti ergonomi, *user interface*, serta kemudahan penggunaan (Mardikaningsih & Darmawan, 2021). Banyaknya pilihan barang elektronik membuat konsumen harus mempertimbangkan berbagai faktor dan desain produk sering menjadi penentu pada proses pengambilan keputusan yang

dilakukan.

Desain produk adalah satu diantara beberapa aspek penting yang harus dicermati oleh produsen ketika membuat suatu produk, karena mencakup fungsi dan bentuk. Desain yang berkaitan dengan bentuk berfokus pada perencanaan dan tampilan produk, sementara desain yang berkaitan dengan fungsi berhubungan dengan bagaimana produk tersebut bisa dipakai secara efektif. Keputusan pembelian termasuk perilaku yang dilakukan oleh pembeli ketika memilih ataupun menetapkan suatu barang dengan tujuan memperoleh kepuasan yang sama seperti kebutuhan dan keinginannya. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak desain produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik. Melalui studi ini, harapannya pembaca bisa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai seberapa signifikan pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang mempunyai tujuan guna menganalisis dampak Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Elektronik. Studi literatur ini meliputi kajian teoritis, referensi, dan berbagai literatur ilmiah yang sejalan pada fokus penelitian. Data yang terkumpul sifatnya deskriptif dan mengacu pada beberapa situs web, jurnal, artikel yang diambil berdasarkan kesesuaian dengan kualitas akademik, topik penelitian, dan sejalan dengan kerangka teori yang dipergunakan. Studi ini memusatkan perhatian pada dua variabel utama, yaitu Desain Produk menjadi variabel bebas dan Keputusan Pembelian menjadi variabel terikat. Analisis data diterapkan secara kualitatif deskriptif guna membuktikan kaitan kedua variabel. Tujuan utama studi literatur ini yakni menganalisis dan mensintesis temuan-temuan penelitian terdahulu mengenai dampak desain produk terhadap keputusan pembelian elektronik dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk elektronik. Dengan pendekatan ini, studi diharapkan bisa memberi pemahaman mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi Desain Produk, khususnya yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian terhadap produk Elektronik.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kajian terhadap peran desain produk pada keputusan pembelian elektronik telah menjadi topik penting di bidang manajemen pemasaran. Konsumen saat ini cenderung lebih selektif saat memilih produk yang tidak hanya berdasar pada fungsinya tetapi penampilan dan pengalaman yang ditawarkan oleh desain produk. Beberapa studi terdahulu telah teridentifikasi

menjadi sumber kajian di penelitian ini. Hasil dari penelusuran di Google Scholar menemukan 10 karya ilmiah yang relevan terkait studi ini.

1. Amir Rumra (2023)

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di kota Ambon. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Laptop Acer mahasiswa STIA Alazka Ambon. Dalam penelitian ini digunakan bahan survei dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Skala likert digunakan sebagai instrumen penelitian dalam penelitian ini. Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menguji hasil analisis data uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji T dan uji F. Citra produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop Accer oleh mahasiswa STIA Alazka Ambon. Desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Acer di kota Ambon. Dengan nilai maka dapat disimpulkan bahwa citra produk dan desain produk berpengaruh secara bersama terhadap keputusan pembelian laptop Acer di kota Ambon.

2. Thorik Annaser (2019)

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian laptop ASUS pada mahasiswa di kota Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel non probability, melalui *purposive sampling* yaitu metode penetapan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen helm INK di kota Purwokerto. Sampel penelitian ini sebesar 86 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan desain produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Elini (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sampel dalam penelitian adalah sebanyak 186 responden dan diambil dengan menggunakan *purposive sampling*.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas dan realibilitas data. Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, desain produk, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Herlan Herlambang, Mumuh Mulyana, dan Febry Lodwyk Rihe Riwoe (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di kota Bogor. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 200 responden yang diambil dari pengguna atau yang pernah menggunakan smartphone Samsung. Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner dan data pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 21. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji realibilitas dan uji asumsi klasik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan sampel menggunakan random sampling. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek, Desain Produk dan Persepsi Harga secara bersama-sama memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5. Azam Fajrul Faizy, Muinah Fadhilah, dan Nonik Kusuma Ningrum (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek serta Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Handphone Vivo di kota Yogyakarta. Sampel diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan dengan kuesioner sebagai metode pengambilan data. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, uji prasyarat analisis, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Desain Produk baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Handphone Vivo di kota Yogyakarta.

6. Marnoto, Sopi, Yovita Mumpuni Hartarini, dan Asih Mukhadarotul Fatimah (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Oppo sebagai alat komunikasi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif

kuantitatif korelatif dengan pendekatan crosssectional. Populasinya adalah komunitas Boja sebanyak 3680 konsumen. Teknik pengambilan sampel adalah random sampling sebanyak 100 responden. Variabel bebasnya adalah inovasi, citra merek, harga, dan desain produk, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Metode pengumpulan data meliputi kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Kesimpulannya variabel inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

7. Maria Astuti Sagala (2024)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo di Universitas HKBP Nommensen Medan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 25. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden di Universitas HKBP Nommensen Medan. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas HKBP Nommensen Medan. Persepsi harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas HKBP Nommensen Medan. Ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas HKBP Nommensen Medan. Desain produk, persepsi harga dan ekuitas merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas HKBP Nommensen Medan.

8. Khoirun Nisa dan Tamam (2024)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fitur, Desain dan Variasi Produk baik secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian handphone Oppo di Kalianda. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan Teknik accidental sampling. Dimana data dikumpulkan dari responden melalui kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien korelasi linier berganda, uji T dan uji F. Hasil penelitian menyatakan Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variasi produk secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Fitur, Desain, dan Variasi produk, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kalianda.

9. Ketut Dartia (2021)

Penelitian ini mempunyai tujuan guna mengkaji pengaruh Desain Produk, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, baik dengan cara simultan ataupun parsial. Kuantitatif kausal adalah desain studi yang dipergunakan. Subjek pada studi ini merupakan warga yang sudah memakai Smartphone merek Oppo sejak 1 tahun terakhir, yang ada di kota Singaraja. Menentukan sampel penelitian diterapkan dengan cara accidental sampling dan purposive sampling. Banyaknya sampel yang dipergunakan ada 80 responden. Media yang dipergunakan guna mengumpulkan data ialah kuesioner dan memakai metode analisis data linier berganda. Dari studi ini membuktikan bahwa harga, desain produk, dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan desain produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

10. Estri Dwi Handayani dan Heny Kurnianingsih (2021)

Penelitian kuantitatif ini mempunyai tujuan untuk menganalisis dan mengetahui efek Gaya Hidup, Kualitas Produk, Fitur dan Desain pada Keputusan Pembelian smartphone Samsung di Surakarta, baik secara bersamaan maupun parsial. Populasi pengguna smartphone Samsung di Surakarta. Sampel yang dipergunakan ialah non probability sampling dan metode purposive sampling sejumlah 100 sampel. Pengambilan data observasi, kuesioner dan studi pustaka. Analisis data dengan uji instrumen data. Pengolahan data memakai uji asumsi klasik, uji model dan uji pengaruh antara x dan y. Variabel kualitas produk, fitur, desain, dan gaya hidup yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian smartphone Samsung di Surakarta secara bersamaan. Hasil dari studi ini ialah gaya hidup memiliki efek positif dan signifikan pada keputusan pembelian, desain produk mempunyai efek positif dan signifikan pada keputusan pembelian, fitur memiliki efek positif dan signifikan pada keputusan pembelian, dan kualitas produk memiliki efek positif dan signifikan pada keputusan pembelian smartphone Samsung di Surakarta.

Tabulasi dari studi ditunjukkan pada tabel 1. Dari berbagai studi yang dikaji, menunjukkan bahwa pengaruh desain produk, mempunyai peran signifikan terhadap keputusan pembelian produk elektronik. Beberapa penelitian, seperti Azam Fajrul Faizy, Muinah Fadhillah, dan Nonik Kusuma Ningrum (2023), menyatakan bahwa desain produk baik dengan

cara parsial ataupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Handphone Vivo di Kota Yogyakarta. Masyarakat yang peduli pada desain produk akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan memperhatikan desain produk. Desain produk merupakan satu diantara aspek penting bagi produsen yang perlu diperhatikan dalam membuat suatu barang, karena desain bisa membentuk reputasi atau identitas suatu barang sampai menjadi karakteristik dan pembeda dari barang sejenis merek lain milik pesaing (Ernawati *et al.*, 2022). Desain produk mencakup fungsi dan bentuk, desain tentang bentuk mencakup perencanaan dan penampilan pada suatu barang, sedangkan desain tentang fungsi mencakup bagaimana barang tersebut bisa dipergunakan.

**Tabel 1. Studi tentang Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Elektronik**

| Peneliti                        | Lokasi Penelitian | Fokus Penelitian   | Temuan Utama  |
|---------------------------------|-------------------|--|---|
| Rumra (2023)                    | Kota Ambon        | Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Kota Ambon.   | Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.  |
| Annaser (2019)                  | Kota Purwokerto   | Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian laptop ASUS pada mahasiswa di kota Purwokerto.      | Desain Produk secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.                       |
| Elini (2022)                    | Kota Batam        | Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam.    | Desain Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.  |
| Herlambang <i>et al.</i> (2022) | Kota Bogor        | Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di kota Bogor.                   | Desain Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.                                 |
| Faizy <i>et al.</i> (2023)      | Kota Yogyakarta   | Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Handphone Vivo di Kota Yogyakarta. | Desain Produk secara parsial ataupun simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. |
| Marnoto <i>et al.</i>           | Komunitas Boja    | Pengaruh Inovasi, Citra Merek,   | Desain Produk memiliki  |



|                                  |  |   |   |
|----------------------------------|--|---|---|
| (2022)                           | Kota Semarang                            | Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian produk smartphone Oppo.   | pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.                                     |
| Sagala (2024)                    | Universitas HKBP Nommensen Medan         | Pengaruh Ekuitas Merek, Desain Produk, dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Universitas HKBP Nommensen Medan. | Desain Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.  |
| Nisa & Tamam (2024)              | Kota Kalianda                            | Pengaruh Fitur, Desain dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian handphone Oppo di Kalianda.  | Desain Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.  |
| Dartia (2021)                    | kota Singaraja                           | Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk terhadap keputusan pembelian produk Smartphone merek Oppo.                                | Desain Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. |
| Handayani & Kurnianingsih (2021) | Pengguna Smartphone Samsung di Surakarta | Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian smartphone Samsung di Surakarta                             | Desain Produk memiliki dampak positif dan signifikan pada Keputusan Pembelian.        |

Penelitian lain seperti, Rumra (2023) mengungkapkan bahwa di kota Ambon variabel desain produk berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian laptop Acer. Hasil studi ini sejalan dengan Annaser (2019) yang juga mengungkapkan bahwa mahasiswa di kota Purwokerto menjadikan variabel desain produk secara parsial berdampak positif signifikan terhadap keputusan pembelian laptop ASUS. Desain barang yang modern, elegan, dan mengikuti tren yang ada menjadikan daya tarik pertama, sehingga mendorong konsumen untuk mempertimbangkan sebuah produk. Adanya beberapa produk sejenis dan memiliki spesifikasi yang serupa, visual yang menarik dan sesuai selera berkemungkinan besar untuk dipilih meskipun dengan harga yang sedikit tinggi (Munir & Putra, 2021).

Sama halnya seperti penelitian oleh Elini (2022) yang menunjukkan bahwa di PT Maju Telekomunikasi Batam variabel desain produk mempunyai efek signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Advan. Herlambang *et al.* (2022) menyatakan bahwa di kota Bogor variabel desain produk mempunyai efek positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Desain memainkan peran penting untuk membentuk daya tarik merek.

*Smartphone* dengan desain khas dan visual yang menarik lebih mudah dikenali dan diasosiasikan dengan merek tertentu. Desain yang modern dan estetik menjadi daya tarik pertama serta sesuai dengan preferensi gaya hidup mereka (Putri & Darmawan, 2023).

Adapun hasil studi oleh Faizy *et al.* (2023) menyimpulkan bahwa desain produk, kepercayaan merek, dan citra merek baik secara parsial ataupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bagi pengguna Handphone Vivo di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Nisa & Tamam (2024) bahwa fitur, desain, dan variasi produk baik secara parsial ataupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Handphone Oppo di Kalianda. Keputusan pembelian produk tidak hanya berfokus pada faktor rasional seperti harga dan kualitas, namun juga dipengaruhi oleh aspek emosional, sosial, dan budaya yang lebih kompleks (Darmawan, 2014). Temuan penelitian ini memberikan wawasan mengenai desain produk bersama dengan faktor lainnya dapat membentuk keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan temuan ini, desain produk merupakan satu dari beberapa aspek yang perlu dicermati ketika membuat suatu produk yang berhubungan dengan bentuk dan fungsi. Menurut Kotler dan Keller (2016), desain produk merupakan semua kelengkapan yang diberikan barang dan memberikan dampak bagaimana produk bermanfaat, terlihat, dan terasa bagi pembeli. Menurut Limakrisna dan Purba (2017), desain produk merupakan aspek penting suatu barang yang berkaitan dengan bukti nyata desain lebih meliputi pada kegunaan dan kemudahan barang. Desain produk tidak hanya mempengaruhi kenyamanan konsumen tetapi berhubungan dengan penciptaan daya tarik visual yang mempengaruhi preferensi terhadap suatu produk. Penting untuk memahami bagaimana desain produk memiliki dampak terhadap keputusan pembelian produk elektronik yang berhubungan langsung dengan aspek fungsionalitas, estetika, dan pengalaman pengguna. Daya tarik suatu produk dari segi desain dapat dinilai dapat mempengaruhi minat dan persepsi konsumen yang berdampak pada keputusan pembelian (Darmawan, 2020).

Secara keseluruhan, berdasarkan penelitian tersebut bisa diambil kesimpulan bahwa Desain Produk adalah variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian elektronik. Walaupun terdapat beberapa faktor lain yang juga turut berdampak pada keputusan pembelian seperti citra merek, kualitas produk, promosi, persepsi harga, kepercayaan merek, inovasi, harga, ekuitas merek, fitur, variasi produk, gaya hidup. Tetapi variabel desain produk tetap menjadi faktor yang utama karena desain produk adalah satu diantara beberapa aspek yang perlu dicermati oleh produsen ketika membuat suatu barang, karena desain produk bisa membentuk reputasi atau identitas pada sebuah barang, sampai bisa menjadi karakteristik pada

barang yang bisa membedakan dengan barang serupa merek lain milik pesaing. Implikasi dari hasil penelitian desain produk terhadap keputusan pembelian elektronik adalah pembaca dari kalangan akademisi, praktisi pemasaran, maupun konsumen umum bisa mendapatkan pemahaman bahwa pentingnya memperhatikan desain produk karena dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap produk elektronik. Selain itu perusahaan juga bisa mendapatkan pemahaman bahwa produk yang baik tidak hanya berfokus pada fungsi tetapi juga desain produk, yang tentunya mampu meningkatkan daya tarik produk dan meningkatkan branding sehingga mendukung keputusan pembelian pada produk elektronik.

#### **4. PENUTUP**

Berdasarkan hasil studi dari pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen bisa disimpulkan, masing-masing variabel yang dianalisis mendapatkan hasil pengaruh positif signifikan. Penelitian mengenai keputusan pembelian konsumen termasuk hal yang menarik. Mengingat keputusan pembelian konsumen merupakan satu dari beberapa aspek penting dalam keberhasilan bisnis, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana memilih strategi yang pas. Permasalahan pada keputusan pembelian konsumen sangat kompleks. Artinya bahwa keputusan pembelian konsumen meliputi banyak variabel yang saling berhubungan sehingga perusahaan harus bisa mengamati tren dan perubahan dalam keputusan pembelian konsumen, serta menyesuaikan strategi yang dibuat dengan perubahan tersebut. Tren dan perubahan dalam keputusan pembelian merupakan indikasi yang perlu dipahami perusahaan karena dipengaruhi oleh banyak faktor, apabila perusahaan ingin tumbuh dan berkembang. Dengan desain yang baik menjadikan kualitas produk baik dan desain yang baik membuat pembeli merasa puas atas apa yang ditawarkan, terlebih lagi dengan kualitas produk, harga, dan citra merek yang mendukung akan membuat konsumen lebih merasa diuntungkan. Dengan begitu desain produk akan jauh lebih baik, dan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen serta bisa mendorong konsumen melakukan pembelian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Annaser, T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa di Purwokerto. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Arifin, S., Darmawan, D., Jahroni, J., Khayru, R. K., & Lestari, U. P. (2023). Persepsi Risiko dan Kepercayaan Pelanggan dalam Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Terhadap Produk Elektronik Ramah Lingkungan. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(4), 172–182.
- Darmawan, D. (2014). *Perilaku Konsumen*. Metromedia, Surabaya.

- Darmawan, D. (2020). Pengaruh Citra Toko, Lokasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 17-24.
- Darmawan, D. (2020). Pengaruh Pengalaman, Promosi Penjualan, dan Daya Tarik Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 23–30.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Bisman (Bisnis dan Manajemen): Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 99-116.
- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Implusif. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26-45.
- Dartia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo. *Skripsi, Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Elini & Syaifullah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. *Skripsi, Universitas Putera Batam*.
- Ernawati, E., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2), 144-153.
- Faizy, A. F., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Handphone Vivo di Yogyakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 618-633.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2), 2193.
- Handayani, E. D., & Kurnianingsih, S. E. H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Manajemen Dewantara*, 5(2), 152-161.
- Herlambang, H., Mulyana, M., & Riwoe, F. L. R. (2022). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Bogor. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 169-178.
- Ismoyo, D. W. (2014). Kendala Penyidik dalam Mengungkap Tindak Pidana Penipuan Online Melalui Media Elektronik Internet (Studi di Polres Malang Kota). *Dissertation, Brawijaya University*.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, United States.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education, Harlow.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

- Lestari, U. P., & Putra, A. R. (2022). Brand Switching Behavior on Smartphone Product Purchases. *Journal of Science, Technology, and Society*, 3(2), 23–31.
- Limakrisna & Purba. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Luchs, M., & Swan, K. (2011). Perspective: The Emergence of Product Design as a Field of Marketing Inquiry. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 327-345.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Peranan Sistem Informasi Persediaan terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan yang Dirasakan, dan Kepuasan Pengunjung Toko Buku. *Realible Accounting Journal*, 1(1), 43–57.
- Marnoto, M., Sopi, S., Hartarini, Y. M., & Fatimah, A. M. (2022). Faktor Penentu Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 2(1), 838-847.
- Munir, M., & Putra, A. R. (2021). The Influence of Brand Image and Product Quality of Samsung Brand Washing Machine on Brand Loyalty. *Journal of Marketing and Business Research (MARK)*, 1(2), 83–92.
- Nisa, K., & Tamam, T. (2024). Pengaruh Fitur, Desain, dan Variasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kalianda. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 554-559.
- Pramono, R., & Ferdinand, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, dan Layanan Purna Jual terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Semarang). Dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Putri, R. F. W., & Darmawan, D. (2023). Determinan Keputusan Pembelian Helm di Kota Surabaya: Harga, Citra Merek, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(4), 159–171.
- Rifauddin, M. (2016). Pengelolaan Arsip Elektronik Berbasis Teknologi. *Khazanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 4(2), 168-178.
- Rumra, A. (2023). Citra Merek, Desain Produk, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer oleh Mahasiswa STIA Alazka Ambon. *HIPOTESA-Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(1), 14-24.
- Sagala, M. A. (2024). Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Universitas HKBP Nommensen Medan. Skripsi, Univeristas HKBP Nommensen Medan.
- Widalismana, M., & Lestari, N. D. (2017). Analisis Hasil Belajar Mahasiswa menggunakan Media Cetak dengan Media Elektronik pada Mata Kuliah Matematika Ekonomi di Universitas PGRI. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 3(1), 41-48.
- Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 9(1), 73-97.