



PENGARUH KUALITAS PRODUK PAKAIAN BEKAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAGI KONSUMEN (STUDI PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI)

Fifin Ode¹, William Louhenapessy^{1*}, Francisca Sinay¹

¹Program Studi Pendidikan ekonomi Jurusan IPS FKIP Unpatti

Article Info

Kata Kunci:

Kualitas Produk,
Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada pakaian bekas. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019-2022. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yakni penetapan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu konsumen yang sering berbelanja pakaian bekas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi sederhana dan uji parsial (uji t). berdasarkan hasil yang di peroleh dalam penelitian ini, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh sebesar 56,0% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya 44,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Keywords:

Product Quality,
Purchase Decision

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the quality of the product to significantly affect the purchase decision on used clothing. The type of research used is quantitative research associative approach. The population in this study is Economic Education Students class of 2019-2022. The sampling technique in this study uses purposive sampling, namely determining samples based on predetermined criteria, namely consumers who often shop for used clothes. The data analysis techniques used in this study are, validity test, reliability test, simple regression analysis test and partial test (t test). Based on the results obtained in this study, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product quality had a 56.0% effect on purchasing decisions while the remaining 44.0% was influenced by other variables not examined in this study.

*Corresponding Author:

William Louhenapessy

Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan IPS FKIP Unpatti

Jl. Ir. M. Putuhena Poka Ambon

georgelouhenapessy@gmail.com

PENDAHULUAN

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Pakaian yang digunakan tersebut haruslah sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada agar tidak menyebabkan masalah, baik pada diri sendiri maupun dengan orang lain yang berada di

lingkungan sekitarnya. Selain merupakan suatu kebutuhan yang penting, pakaian merupakan salah satu ekspresi tentang cara hidup, pakaian juga dapat mencerminkan perbedaan status antar kelompok masyarakat tertentu, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Monita (2013) bahwa pakaian yang digunakan bisa menggambarkan bagaimana

kehidupan sehari-hari mereka, latar belakang mereka, dan status sosial mereka, maka dari itu penampilan harus diutamakan. Menurut Morris (2001), pakaian yang dikenakan oleh manusia memiliki tiga fungsi mendasar, yaitu memberikan kenyamanan, sopan-santun, dan pamer (display).

Pakaian bekas awalnya identik dengan konsumsi kelas bawah. Harganya yang murah dan kondisinya yang bekas membatasi orang untuk mengkonsumsinya. Mahasiswa sebagai subjek dalam penelitian ini memiliki alasan tersendiri mengapa mereka memilih untuk mengonsumsi pakaian bekas. Pakaian bekas sering kali dipandang sebelah mata bila dibandingkan dengan pakaian baru. Pandangan ini berdampak pula pada citra buruk si pemakai sehingga tidak banyak orang yang tertarik untuk mengonsumsi pakaian bekas salah satunya juga karena takut tertular penyakit dari pemilik sebelumnya. Namun fenomena yang unik yaitu pakaian bekas ternyata mendapatkan penggemarnya yaitu mahasiswa.

Pakaian bekas dipilih karena faktor kualitas serta kuantitas. Faktor kualitas meliputi, pakaian bekas yang tidak pasaran, bahannya yang berkualitas, modelnya yang sesuai dengan tren, sedangkan dari segi kuantitas yang dipertimbangkan adalah banyaknya pakaian yang diperoleh dengan harga yang murah. Pakaian bekas menjelma sebagai objek konsumsi yang dicari oleh mahasiswa sebagai cara pemenuhan atas kebutuhan sandang atau sebagai cara menciptakan gaya hidup melalui tren tertentu. Pakaian bekas dengan keunikannya, mereknya, serta harganya yang murah menarik perhatian mahasiswa. Penelitian ini mengungkap kenyataan bahwa meskipun pakaian bekas dipandang negatif namun tetap digemari oleh segelintir anak muda.

Konsumen terbanyak Pakaian Bekas di Pasar Mardika Ambon berlokasi di Lorong tahu dan di Terminal angkutan umum Kudamati. Mahasiswa merupakan salah satu konsumen yang bagus bagi perkembangan dunia fashion. Oleh sebab itu Mahasiswa didorong untuk terus mengonsumsi agar dipandang fashionable. Itu terlihat dari jumlah pengunjung muda yang lebih ramai ke Pasar mardika ambon untuk membeli pakaian

bekas. Kebanyakan Mahasiswa yang berkuliah di ambon, mereka adalah anak rantau yang sampai disini mereka kos. Sehingga mereka di haruskan pintar mengelola keuangan mereka agar kebutuhan mereka bisa terpenuhi dengan baik. Dengan harga yang murah, jenis pakaian yang berbeda dan kualitas pakaian yang terjangkau, membuat mahasiswa merasa puas berbelanja pakaian bekas. Mahasiswa berbelanja pakaian bekas terutama baju kemeja dan celana kain untuk mereka pakai pergi kuliah. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh kualitas produk pakaian bekas terhadap keputusan pembelian bagi konsumen"

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas produk

Kotler dan Armstrong (2008:347) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Menurut Gummesson yang dikutip oleh Tjiptono (2008:98) ada empat sumber yang menentukan suatu kualitas produk, yaitu: *Design Quality, Production Quality, Delivery Quality, dan Relationship Quality*.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pemikiran serta tindakan dimana seorang mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyaknya pilihan. Menurut thamrin dalam sihombing dan dewi (2019:137), menjelaskan keputusan pembelian adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum pembelian benar-benar dilaksanakan. Menurut Yusuf dan Miah (2019:41), langkah-langkah dari proses pengambilan keputusan yaitu: Identifikasi Masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian, evaluasi pasca pembelian.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada faktor-faktor empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2010: 70). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H₀: Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. H_a: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan suatu kejadian atau peristiwa apa adanya. Menurut (Tukiran, 2015: 62) Penelitian kuantitatif menggunakan angka-angka dalam mendeskripsikan yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif, menurut

(Sugiyono, 2014:55) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan jenis teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini menggunakan 50 sampel, ditentukan menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria konsumen sudah sering berbelanja pakaian bekas. Dan teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji validitas

No	Variabel	Butir Pertanyaan	R_{Hitung}	R_{Tabel}	Keterangan
1	Kualitas Produk(X)	Item 1	0,669	0,284	Valid
		Item 2	0,728	0,284	Valid
		Item 3	0,621	0,284	Valid
		Item 4	0,655	0,284	Valid
		Item 5	0,687	0,284	Valid
		Item 6	0,721	0,284	Valid
		Item 7	0,770	0,284	Valid
		Item 8	0,610	0,284	Valid
2	Keputusan Pembelian (Y)	Item 1	0,588	0,284	Valid
		Item 2	0,851	0,284	Valid
		Item 3	0,743	0,284	Valid
		Item 4	0,727	0,284	Valid
		Item 5	0,677	0,284	Valid
		Item 6	0,630	0,284	Valid
		Item 7	0,628	0,284	Valid
		Item 8	0,814	0,284	Valid
		Item 9	0,696	0,284	Valid
		Item 10	0,859	0,284	Valid

Sumber: Data Primer Yang Diolah Menggunakan SPSS V.26. Thn 2023

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui dan melihat nilai koefisien korelasi antara nilai pernyataan dan skor total (item-total correlation). Dalam uji validitas dikatakan valid jfika r hitung $>$ r table. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika r hitung $<$ r table.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X)

Reliability Statistics		Keterangan
Cronbach's Alpha	N of Items	
0.857	8	reliabel

Sumber: Data Primer Yang Diolah Menggunakan SPSS V.26. Thn 2023

Berdasarkan Hasil Uji Validitas Variabel kualitas produk (X) dan keputusan pembelian (Y) dapat dilihat nilai r tabel sebesar 0,284 dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5%. Jadi

Tabel 4. Model summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	0.560	0.550	4.310

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: Data Primer Yang Diolah Menggunakan SPSS V.26. Thn 2023

Berdasarkan tabel 4 hasil uji determinasi R diketahui Nilai R^2 (R Square) =0,560 atau sama dengan 56,0% yang dimana angka tersebut cukup tinggi pengaruhnya menurut table interpretasi koefisien determinasi. Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan bahwa variabel independen (kualitas produk)

dapat diartikan bahwa keseluruhan item dari variabel kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki data yang valid dan dapat diperoleh untuk pengolahan selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics		Keterangan
Cronbach's Alpha	N of Items	
0.910	10	reliabel

Sumber: Data Primer Yang Diolah Menggunakan SPSS V.26. Thn 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variable kualitas produk (X) mendapatkan hasil Cronbach's Alpha $>$ 0,60 hasil tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner variabel (X) dinyatakan reliable.

Analisis Regresi Linier Sederhana

memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) 56,0%. Sedangkan sisanya (100% - 56,0% = 44,0%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak di teliti.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.493		2.857	0.006
	Kualitas_Produk	0.917	0.748	7.810	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data Primer Yang Diolah Menggunakan SPSS V.26. Thn 2023

Pada tabel 5 Diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 7,810 lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,677 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk pakaian bekas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Pembahasan

Berdasarkan hasil yang di peroleh dari Analisis Regresi Linier Sederhana dengan Model Summary dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil tabel Model Summary, menyatakan bahwa nilai R^2 sebesar 0,560 (56,0%). hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi, dimana variabel independen (kualitas produk) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 56,0% sedangkan 44,0% dipengaruhi variabel lainnya.

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis yaitu uji parsial (uji t) yang telah dilakukan, menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas bagi mahasiswa prodi pendidikan ekonomi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t dan dibuktikan dengan pengujian nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolk dan H_a diterima.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang diperoleh diatas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang sangat signifikan dari variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Ummu Habibah Sumlati (2016) yaitu pengaruh kualitas produk

terhadap keutusan pembelian produk kosmetik wardah, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas produk dan harga) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hal ini membuktikan kualitas produk pakaian bekas berperan penting dalam menentukan keputussan pembelian pada Mahasiswa prodi pendidikan Ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Iwan Kesuma Sihombing, Dan Ika Sari Dewi. 2019. *Pemasaran dan Manajemen Pasar*. Yogyakarta: Deepublish
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Lasaiba, M. A. (2022a). Pengembangan Ekowisata Berbasis Masyarakat: Sebuah Studi Literatur. *Jendela Pengetahuan*, 15(2), 1-7. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/j/article/view/8384/5391>
- Lasaiba, M. A. (2022b). Perkotaan dalam Perspektif Kemiskinan , Permukiman Kumuh dan Urban Heat Island (Suatu Telaah Literatur). *GEOFORUM. Jurnal Geografi Dan Pendidikan Geografi*, 1(2), 1-11. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jgse/article/view/7983/5225>
- Monita Nur Fitriani. 2013, *tren mengkonsumsi pakaian bekas di kalangan mahasiswa di Yogyakarta*.
- Morris. 2001. *Manual For Value Chain Research On Homeworkers In The Garment Industry*, www.ids.ac.uk/ids/global/wiego.html
- Muhammad Yusuf Dan Miah Said. 2019. *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, Makasar: CV Sah Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung. alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendiidkan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

- Tjiptono, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Andi.
- Tukiran. 2016. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta