

Article History: Received: 20 January 2025, Revision: 10 February 2025, Accepted: 1 March 2025, Available Online: 10 April 2025.

DOI: <https://doi.org/10.35870/emt.v9i2.3782>

## Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pasar Perumnas Way Halim (Studi Kasus pada Thrift Bylels)

Lela Putri Wahyuni <sup>1\*</sup>, Habiburahman <sup>2</sup>

<sup>1\*,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia.

Email: [lelaputri66190@gmail.com](mailto:lelaputri66190@gmail.com) <sup>1\*</sup>, [habiburahman@ubl.ac.id](mailto:habiburahman@ubl.ac.id) <sup>2</sup>

**Abstrak.** Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh pembelian pakaian bekas di thrift bylels Pasar Perumnas Way Halim terhadap harga dan kualitas produk. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel lima puluh pelanggan toko pakaian bekas thrift bylels. SPSS versi 26 digunakan untuk hasil penelitian. Dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda untuk melakukan uji validitas, reliabilitas, koefisien dan determinasi, uji parsial dan simultan terhadap data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian, dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

**Kata kunci:** Harga; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian

**Abstract.** The purpose of this study was to find out how the influence of buying used clothes at thrift bylels Pasar Perumnas Way Halim has on the price and quality of the product. This study uses quantitative research with a sample of fifty thrift bylels used clothing store customers. SPSS version 26 is used for research results. In this study, descriptive analysis and multiple linear regression were used to test the validity, reliability, coefficients and determination, partial and simultaneous tests on the data. The research findings show that purchasing decisions are influenced by product quality and price.

**Keywords:** Price; Product Quality; Purchase Decision.

## Pendahuluan

Persepsi masyarakat terhadap penampilan, gaya, dan karakteristik individu terus mengalami perubahan seiring dengan pergeseran tren. Pakaian, yang awalnya hanya berfungsi sebagai kebutuhan primer, kini telah berkembang menjadi kebutuhan *tersier*. Menurut Arfida (2003), kebutuhan *tersier* merupakan pelengkap dalam kehidupan manusia yang tidak bersifat wajib untuk dipenuhi, tetapi memberikan nilai tambah tertentu. Saat ini, banyak orang mengunjungi toko pakaian untuk memenuhi kebutuhan mereka agar tampil menarik. Beragam toko menawarkan berbagai merek dan model pakaian. Namun, bagi sebagian konsumen, yang terpenting adalah terpenuhinya kebutuhan dan keinginan mereka, tanpa terlalu memperhatikan apakah pakaian tersebut baru atau bekas. Pakaian bekas, atau yang lebih dikenal dengan istilah *thrifting*, merupakan pakaian yang telah digunakan sebelumnya namun masih layak pakai. *Thrifting* juga mencerminkan praktik pembelian barang bekas dengan tujuan untuk mendaur ulang dan menghemat pengeluaran. Selain itu, toko barang bekas sering kali menawarkan produk *edisi terbatas (limited edition)* dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga menarik minat konsumen dari berbagai kalangan.

Harga adalah nilai yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Habibah & Sumiati dalam Melati dan Dwijayanti (2020), harga merupakan penjumlahan dari nilai barang dan jasa yang ditawarkan sebagai alternatif barang lainnya. Kotler dan Armstrong (2016) menjelaskan bahwa harga memiliki empat indikator utama, yaitu harga berdasarkan kemampuan atau keterjangkauan (*affordability*), kualitas barang (*quality*), daya saing harga (*price competitiveness*), kesesuaian harga (*price conformity*), dan manfaat (*benefits*). Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Kualitas produk, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2012), merupakan kapasitas suatu produk untuk memenuhi kebutuhan pengguna melalui atribut seperti daya tahan (*durability*), keandalan (*reliability*), kemudahan penggunaan

(*ease of use*), akurasi (*accuracy*), dan kemampuan untuk diperbaiki (*repairability*). Fandy Tjiptono (2016) menambahkan bahwa kualitas produk dapat diukur melalui indikator seperti fitur (*features*), kinerja (*performance*), kesesuaian terhadap spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*), estetika (*aesthetics*), keandalan (*reliability*), dan kualitas asumsi (*perceived quality*). Selain harga dan kualitas produk, keputusan pembelian juga menjadi faktor yang menentukan. Keputusan pembelian adalah proses yang melibatkan berbagai faktor yang dipertimbangkan konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu produk atau tidak. Menurut Mustafid dan Gunawan dalam Beyhaki dkk. (2017), keputusan pembelian merupakan alasan utama mengapa konsumen memilih produk tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Keputusan ini dapat menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli, tergantung pada faktor-faktor seperti pengaruh keluarga, pengalaman sebelumnya, harga, kualitas produk, dan lainnya. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa keputusan pembelian dapat diukur melalui enam indikator utama, yaitu penentuan produk (*product choice*), penentuan dealer atau tempat pembelian (*dealer choice*), penentuan merek (*brand choice*), jumlah pembelian (*purchase amount*), waktu pembelian (*purchase timing*), dan metode pembayaran (*payment method*).

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif dan metode kuantitatif. Terdapat dua jenis variabel yang diterapkan dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), sedangkan keputusan pembelian ( $Y$ ) dijadikan sebagai variabel terikat.

### Populasi dan Sampel

Penelitian ini melibatkan 50 responden sebagai sampel. Populasi yang digunakan terdiri dari konsumen yang pernah membeli pakaian bekas di toko barang bekas.

## Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Data yang dikumpulkan berasal dari sumber primer yang relevan dengan penelitian.

## Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner yang ditujukan kepada pelanggan yang telah membeli pakaian bekas di toko barang bekas. Kuesioner ini digunakan sebagai teknik utama untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Profil Responden

Sebanyak 50 orang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online

melalui Google Form pada periode 20 November hingga 30 November 2022. Responden yang berpartisipasi merupakan konsumen yang pernah membeli pakaian bekas di toko barang bekas.

### Uji Kualitas

Uji kualitas data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Validitas mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas mengukur konsistensi hasil pengukuran apabila dilakukan pengujian berulang. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner memiliki korelasi yang signifikan dengan total skor, sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh berada di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Uji Validitas

Variable	Pernyataan	r hitung	r tabel	Conclusion
Harga	H 1	0,292	0,284	Valid
	H 2	0,609	0,284	Valid
	H 3	0,718	0,284	Valid
	H 4	0,765	0,284	Valid
	H 5	0,611	0,284	Valid
	H 6	0,792	0,284	Valid
	H 7	0,771	0,284	Valid
	H 8	0,815	0,284	Valid
	H 9	0,733	0,284	Valid
	H 10	0,781	0,284	Valid
	H 11	0,777	0,284	Valid
	H 12	0,641	0,284	Valid
	H 13	0,772	0,284	Valid
	H 14	0,803	0,284	Valid
	H 15	0,818	0,284	Valid
Kualitas Produk	KP 1	0,761	0,284	Valid
	KP 2	0,770	0,284	Valid
	KP 3	0,732	0,284	Valid
	KP 4	0,771	0,284	Valid
	KP 5	0,711	0,284	Valid
	KP 6	0,774	0,284	Valid
	KP 7	0,783	0,284	Valid
	KP 8	0,793	0,284	Valid
	KP 9	0,685	0,284	Valid

	KP 10	0,761	0,284	Valid
	KP 11	0,815	0,284	Valid
	KP 12	0,800	0,284	Valid
	KP 13	0,744	0,284	Valid
	KP 14	0,730	0,284	Valid
	KP 15	0,806	0,284	Valid
Keputusan pembelian	KEP 1	0,797	0,284	Valid
	KEP 2	0,830	0,284	Valid
	KEP 3	0,818	0,284	Valid
	KEP 4	0,801	0,284	Valid
	KEP 5	0,597	0,284	Valid
	KEP 6	0,849	0,284	Valid
	KEP 7	0,654	0,284	Valid
	KEP 8	0,808	0,284	Valid
	KEP 9	0,832	0,284	Valid
	KEP 10	0,668	0,284	Valid
	KEP 11	0,802	0,284	Valid
	KEP 12	0,829	0,284	Valid
	KEP 13	0,799	0,284	Valid
	KEP 14	0,762	0,284	Valid
	KEP 15	0,669	0,284	Valid

Semua pernyataan harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian digunakan untuk mencapai keabsahan. Oleh karena itu, Rhitung lebih besar dari rtabel. Rumus ( $df = n - 2 = 50 - 2 = 48$ ) menghasilkan 0,284. Berdasarkan

tabel distribusi product moment dapat dibuat pernyataan harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian yang valid ( $n = 48$ ,  $sig = 0,05$  adalah 0,284).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alfa Cronbach	Koefisiien r	Kesimpulan
Harga (X1)	0,947	0,800 – 1,000	Reliable
Kualitas Produk (X2)	0,932	0,800 – 1,000	Reliable

*Alpha Cronbach* untuk menentukan harga (X1) adalah 0,947, dan *alpha Cronbach* untuk menentukan kualitas produk (X2) adalah 0,932,

keduanya berdasarkan uji reliabilitas. Keandalan masing-masing variabel independen dinyatakan.

Tabel 3. Linear Berganda

Model	Coefficients Unstandardized	
	B	Std. Error
(Constant)	-3,984	7,085
Harga	0,601	0,137
Kualitas Produk	0,457	0,147

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

$$Y = -3,984 + 0,601X_1 + 0,457X_2 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Konstanta (-3,984)

Nilai konstanta sebesar -3,984 menunjukkan bahwa jika variabel harga (X<sub>1</sub>) dan kualitas produk (X<sub>2</sub>) bernilai nol, maka keputusan pembelian (Y) akan memiliki nilai awal sebesar -3,984. Hal ini mengindikasikan bahwa tanpa adanya pengaruh dari harga dan

kualitas produk, keputusan pembelian akan cenderung menurun.

2) Koefisien Harga (0,601)

Koefisien variabel harga sebesar 0,601 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,601, dengan asumsi variabel kualitas produk tetap. Hal ini berarti harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3) Koefisien Kualitas Produk (0,457)

Koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,457 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,457, dengan asumsi variabel harga tetap. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Determinasi Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,814 <sup>a</sup>	0,662	0,648	5.487

Berdasarkan hasil tabel diatas Hasil Analisis Determinasi Koefisien dipengaruhi oleh koefisien R square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,662. Maka dapat dipahami besarnya 66,2% varian variabel dependen dipengaruhi oleh variable independen.

**Uji Hipotesis Uji t**

pada uji t dipergunakan agar dapat mendapati apakah pada suatu individu mempengaruhi variabel dependen secara independen. Pengujian dikakukan dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05, k = 3,  $((\alpha/2;n-k-1) = (0,05/2 ; 50-3-1) = 0,025 ; 46 = 2,013$ .

Tabel 5. Uji t

Variable	t hitung	t tabel	Sig	Alpha	Ket.
Harga (x1)	4,384	2,013	0,000	0,05	Berpengaruh (Ho ditolak Ha1 diterima)
Kualitas Produk (x2)	3,106	2,013	0,003	0,05	Berpengaruh (Ho ditolak Ha1 diterima)

Berikut adalah kesimpulan yang diambil dari tabel di atas:

- 1) t hitung bernilai 4,384, t-tabel bernilai 2,013, sig bernilai 0,000 sedangkan alpha bernilai 0,05 pada variabel harga (x1). t hitung melebihi t tabel. ( $4,384 > 2,013$ ). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga (x1) pakaian bekas di pasar Perumnas Way Halim jika Perbedaan antara sig dan alpha adalah 0,000 hingga 0,05.
- 2) T hitung bernilai 3,106, t tabel bernilai 2,013, sig bernilai 0,003, dan alpha bernilai 0,05 untuk variabel kualitas produk (x2). t hitung memiliki nilai lebih besar dari t tabel ( $3,106 > 2,013$ ) sedangkan sig memiliki nilai lebih rendah dari nilai alpha (0,003 < 0,05),

maka ditarik kesimpulan kualitas produk (x2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) untuk pakaian bekas (thrift) di pasar Perumnas Way Halim.

**Uji F**

Uji simultan (F) pada pengujian hipotesis dipergunakan agar dapat identifikasi interaksi signifikan variabel dependen secara simultan dipengaruhi oleh interaksi antara faktor independen. Tes (F) dijalankan dengan memanfaatkan ( $\alpha$ ) = 0,05 derajat pembilang k = 3, dan derajat penyebut k ; n-k = 3 ; 50-3 = 3 ; 47 = 3,18.

Tabel 6. Uji F

Variabel	Fhitung	Ftabel	Sig	Alpha	Ket
Harga, Kualitas Produk	46,039	3,18	0,000	0,05	Berpengaruh (Ho ditolak Ha1 diterima)

Nilai tersebut dihitung dengan menggunakan hasil uji F. Fhitung sebesar 46,039 sedangkan

Ftabel 3,18. Dan untuk nilai sig diperoleh 0,000 sedangkan alpha 0,05. Dapat disimpulkan maka

hasil Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $46,039 > 3,18$ ). Sedangkan sig memiliki nilai lebih kecil dari Alpha ( $0,000 < 0,05$ ). Maka disimpulkan harga (X1) dengan Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian *Thrift Bylels*.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di toko barang bekas. Harga menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh konsumen, terutama di pasar barang bekas, di mana mereka mencari produk dengan harga terjangkau namun tetap berkualitas. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Laweangi (2017), yang menyatakan bahwa harga memengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas, serta penelitian Endriawan (2019), yang menemukan bahwa harga menjadi variabel penting dalam keputusan pembelian produk di Toko Bata Metropolitan City Pekanbaru. Selain harga, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas yang baik meskipun berasal dari toko barang bekas. Hal ini didukung oleh penelitian Nurdiansyah (2017), yang menyebutkan bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas, serta penelitian Rorong, Tamengkel, & Mukuan (2021), yang menyatakan bahwa kualitas produk memengaruhi pembelian pakaian bekas impor di Pasar Baru Langowan.

Penelitian juga menemukan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan memengaruhi keputusan pembelian. Konsumen mempertimbangkan kedua faktor tersebut secara bersamaan sebelum membuat keputusan pembelian, di mana kombinasi harga yang terjangkau dan kualitas yang baik menjadi daya tarik utama. Hal ini sejalan dengan penelitian Silalahi & Susantri (2018), yang menyebutkan bahwa harga dan kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Seken Aviari, serta penelitian Malik, Jayanti, & Sanjaya (2022), yang menunjukkan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju *thrift* di Shabira Store,

Kabupaten Tulang Bawang. Penelitian lain seperti Anwar & Satrio (2015) juga menegaskan bahwa harga dan kualitas produk adalah variabel utama dalam keputusan pembelian, sementara Aprila, Ernestivita, & Sasongko (2022) membahas pentingnya kedua faktor tersebut dalam pembelian pakaian *thrift shop* online di Instagram. Harga dan kualitas produk, baik secara individu maupun simultan, memengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas. Oleh karena itu, toko barang bekas perlu memastikan harga yang kompetitif dan kualitas produk yang baik untuk menarik minat konsumen. Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya, yang memperkuat relevansi hasil penelitian.

## Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di toko barang bekas, sementara kualitas produk juga memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian di toko *thrift*. Selain itu, keputusan pembelian pakaian *thrift Bylels* secara simultan dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Adapun saran yang dapat diberikan adalah konsumen dianjurkan untuk mempertimbangkan dan menyelidiki kualitas serta harga produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbarui atau mengembangkan penelitian ini agar lebih relevan dan bermanfaat untuk penelitian-penelitian berikutnya.

## Daftar Pustaka

- Adhianto, D. (2020). Investasi reksa dana sebagai alternatif investasi bagi investor pemula. *Jurnal E-Bis*, 4(1), 32-44. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.242>.
- Adnyana, I. M. (2020). Buku: Manajemen Investasi dan Portofolio.
- Bode, M. M., Murni, S., & Arie, F. V. (2022). Analisis price earning ratio, price to book

- value, return on equity, risiko terhadap harga saham LQ45 perusahaan konstruksi dan properti di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1939-1946. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39733>.
- Hartono, J. (2022). *Portofolio dan analisis investasi: Pendekatan modul (edisi 2)*. Penerbit Andi.
- Indonesia, B. E. (2023). Bursa Efek Indonesia. *Indonesian Stock Exchange*. idx.co.id.
- Kertian, T. (2022). *Analisis kinerja reksa dana saham konvensional dengan metode Jensen's alpha, Sortino, dan Snail Trail periode 2017-2021* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha). <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i02.51367>.
- Mahmudah, N., & IK, D. N. (2022). Perbandingan Kinerja Reksa Dana Konvensional Dengan Reksa Dana Syariah di Pasar Modal Indonesia. *JEBI: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 1(01).
- Negoro, W., Djoyo, E., Widiyanti, M., Andriana, I., & Taufik, T. (2022). Analisis Perbandingan Kinerja Reksa Dana Saham Konvensional Dan Reksa Dana Saham Syariah Pada Reksa Dana Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 19(4), 203-218. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i4.15868>.
- Ramdhani, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rifa'i, A. (2022). Studi komparatif kinerja reksa dana saham syariah dan konvensional: Studi kasus di Indonesia. *Dirham Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 63-72. <https://doi.org/10.53990/dirham.v3i2.168>.
- Rois, M. N., & Pebruary, S. (2023). Analisis Kinerja Reksadana Saham Syariah Indonesia Dan Malaysia. *Journal of Accounting and Finance*, 2(2). <https://doi.org/10.31942/jafin.v2i2.9579>.
- Sa'diyah, N., Rahma, A., Agustina, H., Nurlia, N., Rohman, D. T., & Juwari, J. (2023). Analisis Kinerja Portofolio Dengan Metode Sharpe, Treynor Dan Jensen Pada Saham Jii 70 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Ekonomi [Mr. Eko]*, 2(1), 45-59. <https://doi.org/10.36277/mreko.v2i1.250>.
- Sidik, Y. F., Yulia, I. A., & Pranamulia, A. (2025). Analisis Kinerja Investasi Reksadana Saham Menggunakan Metode Sharpe, Treynor, dan Jensen (Studi Kasus Pada Reksadana Saham Yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2023). *Jurnal EMT KITA*, 9(2), 352-360. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i2.3093>.
- Sri Handini, M. M., & Erwin Dyah Astawinetu, M. M. (2020). *Teori portofolio dan pasar modal Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Ukhriyawati, C. F. (2017). Kinerja Reksadana Pendapatan Tetap Dengan Menggunakan Metode Sharpe, Treynor, Dan Jensen. *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 2(2).