

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU *THRIFT*  
(BEKAS) DI REREMI PUNCAK KABUPATEN MANOKWARI**

**Paulina Urbinas  
Makarius Bajari  
Luckhy N.A Lotte**

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Papua Manokwari*

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian baju thrift (bekas) di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis permasalahan asosiatif. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Manokwari yang menjadi pelanggan usaha baju thrift (bekas) di Reremi Puncak. Teknik pengumpulan sampel adalah non probability sampling dengan jumlah sampel 105 responden. Data primer yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, website yang berhubungan dengan variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian baju thrift (bekas), variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian baju thrift (bekas) dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian baju thrift (bekas), serta variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju thrift (bekas). Artinya kualitas produk yang ditawarkan baik, harga sesuai dengan manfaat serta kualitas pelayanan yang diberikan optimal dapat meningkatkan keputusan pembelian baju thrift (bekas) di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari.*

**Kata kunci:** *Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

**ABSTRACT**

*This research aims to test and analyze the influence of product quality, price and service quality on purchasing decisions for thrift clothes in Reremi Puncak, Manokwari Regency. The type of research used is a quantitative approach with an associative type of problem. The population of this research is people in Manokwari Regency who are customers of the thrift clothing business in Reremi Puncak. The sample collection technique is non-probability sampling with a sample size of 105 respondents. The primary data used was by conducting interviews and distributing questionnaires. Secondary data was obtained from journals, books, websites related to research variables. The results of the research show that the product quality variable has a partial effect on the decision to purchase thrift clothes, the price variable has a partial effect on the decision to buy thrift clothes and the service quality variable has a partial effect on the decision to buy thrift clothes, as well as the variable Product quality, price and service quality simultaneously influence the decision to purchase thrift clothes. This means that the quality of the products offered is good, the price is in*

*accordance with the benefits and the quality of service provided is optimal, which can increase the decision to purchase thrift clothes in Reremi Puncak, Manokwari Regency.*

**Keywords:** *Product Quality, Price And Service Quality, Purchase Decision*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan bisnis pada era globalisasi mengalami kemajuan yang sangat pesat, baik bisnis berskala kecil maupun skala besar pada bidang industri barang maupun jasa. Perdagangan bebas menjadi suatu fenomena yang harus dihadapi perusahaan dengan mempunyai kesiapan yang matang dari berbagai faktor-faktor produksi. Pengaruh perdagangan bebas sudah semakin sulit untuk dibendung, semua negara di dunia akan tetap merasakan dampaknya, Perusahaan sudah harus menyiapkan untuk bisa memaksimalkan kinerjanya supaya mampu bersaing dipasar secara kompetitif. Pemasaran sebagai ujung tombak perusahaan harus terus bekerja dengan baik dan tepat untuk mencapai target pasar yang sudah ditetapkan untuk menghindari sekecil mungkin hal-hal yang tidak efisien.

Kabupaten Manokwari adalah ibu kota Provinsi Papua Barat, yang merupakan kota berkembang dalam pertumbuhan ekonomi serta perubahan teknologi dan informasinya semakin cepat. Hal tersebut menjadikannya sebagai faktor pendorong terciptanya persaingan ketat dalam dunia bisnis untuk memperebutkan konsumen. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut pelaku bisnis untuk semakin gencar dalam melakukan pemasarannya, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperhatikan kualitas produk, harga dan juga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Salah satu usaha yang banyak dan juga merasakan ketatnya persaingan pada saat ini di kota Manokwari yaitu, bisnis penjualan pakaian. Bisnis penjualan pakaian yang ada bukan hanya pada produk baju baru, melainkan terdapat usaha baju *thrift* (bekas). Di Manokwari terdapat beberapa wilayah yang menjadi tempat usaha baju *thrift*, salah satunya yaitu di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari. Produk yang ditawarkan oleh usaha baju *thrift* di Reremi Puncak terdiri dari berbagai macam merek, jenis dan ukuran, baik untuk anak-anak maupun orang dewasa, dan perempuan maupun laki-laki. Untuk mempertahankan agar usaha baju *thrift* ini mempunyai jangka waktu yang panjang, haruslah memperhatikan kualitas dari produk baju yang akan ditawarkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2015), kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Selain kualitas yang menjadi bagian terpenting dalam memasarkan produk, yang mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian adalah faktor harga. Tinggi dan rendahnya harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mencari produk yang dibutuhkan, sehingga harga yang diberikan akan menjadi pertimbangan khusus konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Strategi penetapan harga juga sangat penting dalam penjualan maupun pemasaran untuk suatu produk yang akan ditawarkan.

Usaha baju *thrift* di Reremi Puncak, untuk penetapan harga pada produk yang ditawarkan dilihat dari kualitas dan kondisi baju, seperti yang sudah diketahui baju *thrift*

bukanlah produk baju yang baru diproduksi melainkan baju yang diketahui telah dipakai dan dikenakan oleh orang lain, kemudian dijual sebagai produk baju bekas. Hal ini juga merupakan salah satu pertimbangan dalam penetapan harga. Menurut Wibowo dan Priansa (2017) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual.

Menjalankan suatu usaha tidak terlepas dari proses pelayanan kepada konsumen. Pelayanan merupakan hal penting lainnya yang harus diperhatikan oleh pengusaha. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan para pengusaha. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Jika pelayanan yang mereka terima sesuai dengan apa yang mereka harapkan maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang mereka terima tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan.

Pengambilan keputusan pembelian pada dasarnya sama disetiap orang. Namun proses yang dialami oleh orang berbeda, tergantung ciri kepribadian, kebutuhan, usia, pendapatan dan juga gaya hidup. Menurut Schiffman dan Kanuk (2018) keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian artinya bahwa seorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian datang setelah melewati proses pengenalan kebutuhan atau masalah yang dihadapi, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga pada proses dimana konsumen melakukan keputusan pembelian. Pengalaman konsumen mengenai kualitas produk, harga, serta kualitas pelayanan yang diberikan saat melakukan proses pembelian akan menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian kembali atau tidak.

Perkembangan tren *fashion* dan usaha baju *thrift* yang sedang digemari, usaha baju *thrift* di Reremi Puncak justru mengalami penurunan penjualan dan mengalami persaingan yang ketat dipasar, hal ini terjadi di duga dikarenakan oleh dampak dari kualitas baju, harga yang ditawarkan serta pelayanan yang diberikan oleh konsumen kurang memuaskan.

Beberapa hal yang membuat usaha baju *thrift* di Reremi Puncak mengalami penurunan penjualan karena semakin berkembang tren baju *thrift* di Manokwari dan menjadi masalah dalam penelitian ini, ialah semakin banyaknya tingkat persaingan usaha baju *thrift* di Kabupaten Manokwari. Beberapa konsumen juga mengeluh adanya ketidaksesuaian harga dengan kualitas baju yang ditawarkan seperti warna baju yang sudah pudar dan bahkan ada baju yang ditemukan dengan keadaan bolong di area tertentu namun masih ditawarkan dengan harga yang tinggi. Harga yang tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas produk pada usaha baju *thrift* di Reremi Puncak ini membuat konsumen membandingkan dengan harga dan kualitas yang ditawarkan oleh usaha *thrift* yang lain, mengingat banyak usaha *thrift* yang menawarkan produk baju yang sama. Tidak hanya itu, pelayanan yang diberikan oleh penjual baju *thrift* di Reremi Puncak masih tidak optimal dimana terdapat keluhan konsumen bahwa ketika sedang berbelanja konsumen masih

harus mencari keberadaan pemilik usaha untuk menanyakan tentang produk yang akan dibeli, dan kurang tanggap dalam melayani konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis mengambil judul penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Usaha Baju *Thrift* (Bekas) di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari”.

Adapun rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian?
- 2) Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian?
- 3) Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian?
- 4) Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian?

#### **Tujuan dari penelitian antara lain,**

- 1) Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
- 2) Untuk menganalisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- 3) Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
- 4) Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di tempat usaha baju *thrift* yang beralamat, Reremi Puncak Kabupaten Manokwari. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini belum diketahui jumlahnya sehingga peneliti akan menggunakan rumus Maholtra (2017) sebagai panduan dalam menentukan ukuran sampel. Jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator variabel dengan 5. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Maholtra, didapatkan jumlah sampel sebanyak 105 responden yang merupakan pelanggan dari usaha baju *thrift* (bekas).

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>r - hitung</b>	<b>r – tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Produk	X1.1	0,756	0,1918	Valid
	X1.2	0,743	0,1918	Valid
	X1.3	0,792	0,1918	Valid
	X1.4	0,723	0,1918	Valid
	X1.5	0,760	0,1918	Valid
	X1.6	0,678	0,1918	Valid
Harga	X2.1	0,695	0,1918	Valid
	X2.2	0,801	0,1918	Valid
	X2.3	0,811	0,1918	Valid

Kualitas Pelayanan	X2.4	0,785	0,1918	Valid
	X2.5	0,770	0,1918	Valid
	X3.1	0,667	0,1918	Valid
	X3.2	0,786	0,1918	Valid
	X3.3	0,842	0,1918	Valid
	X3.4	0,832	0,1918	Valid
Keputusan Pembelian	X3.5	0,800	0,1918	Valid
	X3.6	0,764	0,1918	Valid
	Y1	0,731	0,1918	Valid
	Y2	0,720	0,1918	Valid
	Y3	0,825	0,1918	Valid
	Y4	0,714	0,1918	Valid
	Y5	0,705	0,1918	Valid

**Sumber: Data primer yang telah di olah, 2023**

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas maka diperoleh keseluruhan  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel, dalam hal ini  $r$ -tabel adalah 0,1918. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner penelitian telah valid dan dapat dilakukan pengujian lanjut.

### Uji Reliabelitas

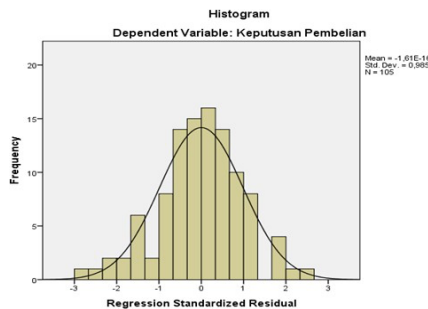
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,836	Reliabel
Harga	0,828	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,871	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,791	Reliabel

**Sumber: Data primer yang telah di olah, 2023**

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas diperoleh nilai *cronbach's alpha* dari keseluruhan variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau terbukti dan dipercaya dapat digunakan sebagai alat ukur variabel.

### Uji Normalitas

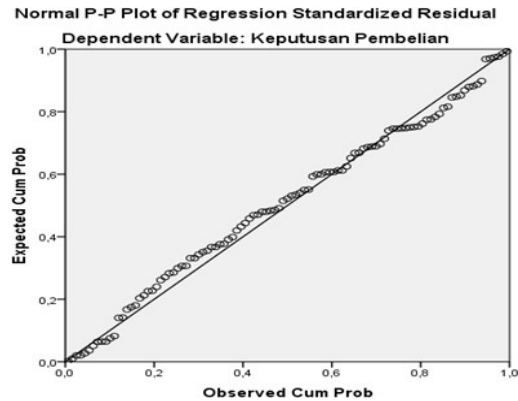
Dari gambar dibawah ini dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal karena memiliki karakteristik berbentuk gunung dan tidak melenceng ke kanan atau kiri.



**Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023**

### Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar dibawah ini dapat dilihat bahwa data atau titik-titik yang menyebar berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.



Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023

### Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

Berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat bahwa hasil nilai signifikansi dari uji one-sample kolmogorov-smirnov 0,200, maka dapat dikatakan  $0,200 > 0,05$ . Sehingga disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,41257294
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,051
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023

### Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mempunyai nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

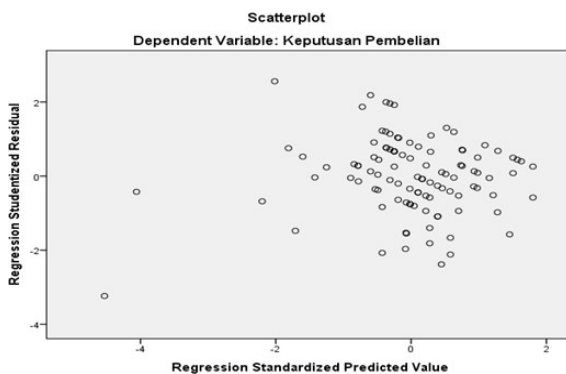
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,266	3,758
Harga	0,371	2,695

Kualitas Pelayanan	0,331	3,022
--------------------	-------	-------

**Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023**

### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar dibawah, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik dibagian atas angka nol atau dibagian bawah angka nol dari sumbu X maupun sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.



**Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.**

### Uji Glejser

Berdasarkan tabel dibawah, dapat dilihat hasil glejser menunjukkan perolehan nilai signifikansi keseluruhan untuk variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,997	,933		4,284	,000
Kualitas Produk	,060	,075	,148	,798	,427
Harga	-,075	,070	-,169	-1,076	,284
Kualitas Pelayanan	-,093	,061	-,252	-1,513	,133

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.**

## Uji Analisis Regresi Linear Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,922	1,520		5,870	,000
Kualitas Produk	,112	,122	,138	,921	,359
Harga	,349	,114	,390	3,072	,003
Kualitas Pelayanan	,112	,100	,151	1,124	,263

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.**

Dari hasil perhitungan berdasarkan tabel 4.6, maka dapat dibentuk model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,922 + 0,112 + 0,349 + 0,112 + 1,520$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai a (konstanta) sebesar 8,922, artinya apabila saat keadaan variabel keputusan pembelian (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3). Jika variabel independen tidak ada, maka variabel keputusan pembelian (Y) tidak mengalami perubahan.
- Nilai koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,112, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti bahwa, setiap kenaikan satu variabel kualitas produk (X1) maka akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,112.
- Nilai koefisien regresi harga (X2) sebesar 0,349, menunjukkan bahwa variabel harga (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti bahwa, setiap kenaikan satu variabel harga (X2) maka akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,349.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,112, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti bahwa, setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X3) maka akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,112.
- Nilai standar error untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi sehingga didapat nilai e sebesar 1,520.

### Uji Parsial ( Uji t )

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,268	1,550		6,625	,000
Kualitas Produk	,459	,066	,564	6,929	,000

c. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.**

Hasil hipotesis uji parsial variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai Thitung lebih besar dari Ttabel yaitu  $6,929 > 0,1937$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ .

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,206	1,401		7,285	,000
Harga	,542	,070	,606	7,727	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.

Hasil hipotesis uji parsial variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai thitung lebih besar dari t tabel yaitu  $7,727 > 0,1937$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ .

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,965	1,386		8,635	,000
Kualitas Pelayanan	,402	,061	,541	6,536	,000

**Dependent Variable: Keputusan Pembelian**

**Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.**

Hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai thitung lebih besar dari t tabel yaitu  $6,536 > 0,1937$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ .

### Hasil Uji Simultan ( Uji F )

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	396,800	3	132,267	22,069	,000 <sup>b</sup>
Residual	605,333	101	5,993		
Total	1002,133	104			

- d. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 e. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

#### Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel yaitu,  $22,069 > 2,69$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat bahwa nilai koefisien (R) antara variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar  $0,629$ , memiliki tingkat keeratan yang dapat dikatakan kuat. Untuk hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar  $0,396$ , hal ini menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian sebesar  $39,6\%$ , sedangkan sisanya yaitu  $60,4\%$  dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,629 <sup>a</sup>	,396	,378	2,44814

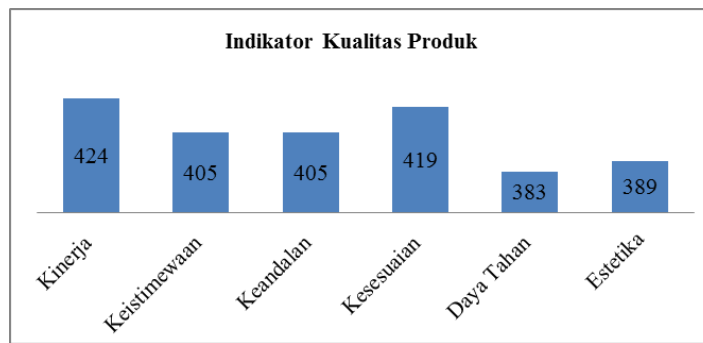
- f. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

#### Sumber: Data primer yang telah diolah, 2023.

### PEMBAHASAN

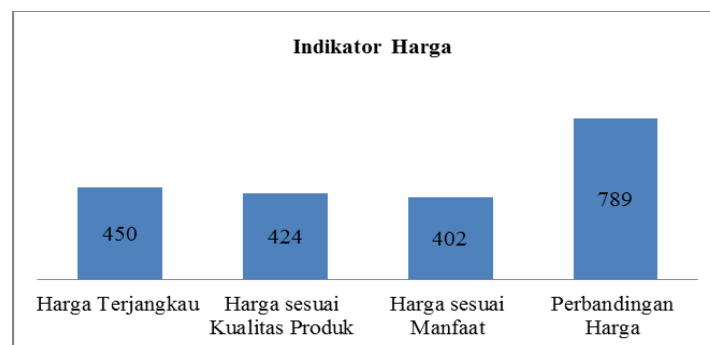
#### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) mempunyai thitung lebih besar dari ttabel yaitu  $6,929 > 0,1937$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$ . Yang mana dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) .

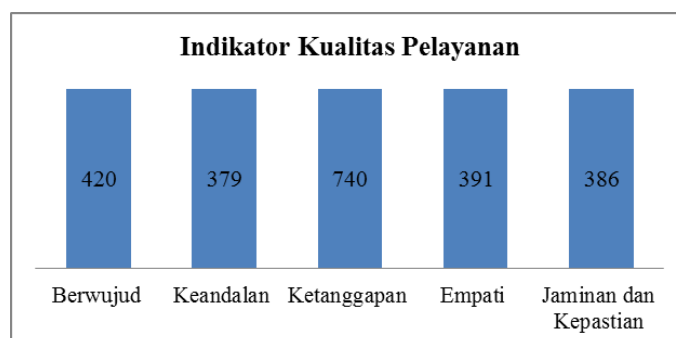


### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial terhadap variabel harga pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga (X2) memperoleh nilai thitung lebih besar dari t tabel yaitu  $7,727 > 0,1937$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dimana nilai ini menunjukkan bahwa H02 ditolak dan Ha2 diterima sehingga harga (X2) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).



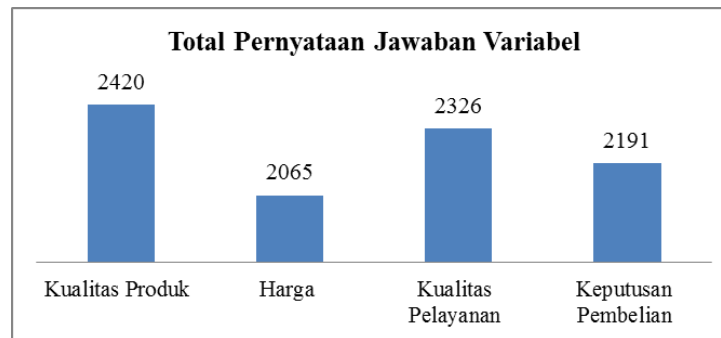
### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian



Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X3) memperoleh thitung lebih besar dari t tabel yaitu  $6,536 > 0,1937$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa H03 ditolak dan Ha3 diterima, yang artinya variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

## Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memperoleh nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel yaitu  $22,069 > 2,69$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).



## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian baju *thrift* di Reremi Puncak, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) Berdasarkan hasil analisis bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju *thrift* di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari. Apabila kualitas produk yang ditawarkan oleh usaha baju *thrift* di Reremi Puncak semakin baik maka keputusan pembelian akan semakin tinggi terhadap pembelian baju *thrift*. (2) Hasil analisis bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju *thrift* di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari. Semakin sesuai harga yang ditawarkan dibandingkan dengan tempat usaha *thrift* lainnya maka semakin tinggi keputusan pembelian terhadap baju *thrift* di Reremi Puncak. (3) Hasil analisis bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju *thrift* di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari. Ini menunjukkan bahwa semakin tanggap pelayanan yang diberikan semakin tinggi keputusan pembelian pada baju *thrift* di Reremi Puncak. (4) Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian baju *thrift* di Reremi Puncak Kabupaten Manokwari. jika kualitas produk semakin diperhatikan, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan semakin di tingkatkan dengan penjual baju *thrift* yang lebih tanggap dalam melayani pelanggan maka keputusan pembelian akan semakin tinggi pada baju *thrift* di Reremi Puncak.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, terdapat saran dari penelitian ini sebagai berikut: (1) Para pengusaha baju *thrift* untuk lebih memperhatikan daya tahan produk yang ditawarkan, seperti pakaian yang dijual nantinya tidak mempunyai kerusakan (pakaian bolong, melar dan noda pada pakaian). Namun, jika ditemukan kerusakan, penjual pakaian *thrift* dapat memisahkan pada tempat tersendiri dan menawarkan dengan harga yang murah. (2) Para pengusaha juga memberikan harga sesuai dengan manfaat yang diterima. (3) Para pengusaha baju *thrift* untuk memperhatikan dan

mengembangkan pelayanan yang intensif. (4) Bagi para peneliti selanjutnya untuk dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan objek penelitian yang sama mengenai *thrif* namun lebih fokus kepada kebutuhan lain seperti *thrif* sepatu dan tas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, & K. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall Twelfth editon*. In & K.
- Amstrong. England: Pearson Education, Inc.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kopetitif*, 1(2),83-101.<https://doi.org/10.32493/ipkp.vli2.856>.
- Armaniah, H. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Farida Yulianti., L. d. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: Deepublish.
- Firmansyah, M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. In M. Firmansyah. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- I, J. R. (2022). *Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir, & J. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. In & J. Kasmir. Depok: Kencana. Keller, K. d. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Global Editon*. England: Education Limited.
- Marsella, I. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Appledi Ibox Gandaria City. *Jurnal Manajemen Universitas Negara Indonesia*, 47-61.
- Musfar, T. (2020). *Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. In T. Musfar. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Napitupulu Saba, N. T. (2021). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis dengan Teori-teori para ahli*. In N. T. Napitupulu Saba. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. In Ngatno. Semarang: EP Press Digimedia.
- Prawiro. (2018). *Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep dan Contohnya*.
- <https://www.maxmanroe.com/vid/Marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html>(20 Juli 2021).

- Priansa, L. A. (2017). Manajemen Komunikasi dan Pemasaran . In L. A. Priansa. Bandung: Alfabeta .
- Primansa, L. A. (2017). Manajemen Komunikasi dan Pemasaran . In L. A. Primansa. Bandung: Alfabeta .
- Puung, F. K. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelayanannya Pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Salon dan Spa. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi*, Vol. 1. No.1.
- Rizka, F. F. (2022). *Fashion Thrifting Sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa*. Bandung: Tidak Diterbitkan.
- S, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Distrik Manokwari Barat. Manokwari: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Papua.
- Sabran, B. (2012). *Manajemen Pemasaran* . Penerbit Erlangga.
- Schiffman, L. &. (2018). Perilaku Konsumen, Edisi 7 Alih Bahasa: Zoelkifli . Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran Edisi 4. In F. Tjiptono. Yogyakarta: Andi. Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja. Edisi Kelima* . Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widowati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal/ SS Lampersari Semarang)

**Artikel:**

[https://www.kompas.com/tren/read/2023/03/18/083000665/thrifting-sedang- digandrungi- bagaimana-asal-usulnya-di-indonesia-](https://www.kompas.com/tren/read/2023/03/18/083000665/thrifting-sedang-digandrungi-bagaimana-asal-usulnya-di-indonesia-)

[https://www.liputan6.com/amp/5179636/cerita-akhir-pekan-pergeseran-mindset- pembeli- pakaian-di-thrift-shop](https://www.liputan6.com/amp/5179636/cerita-akhir-pekan-pergeseran-mindset-pembeli-pakaian-di-thrift-shop)