



PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN GAYA

HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(Studi Pada Konsumen Inspired27 Pengguna *E-Commerce* Shopee)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh :

ABDUL RAHMAN EFENDI

NPM 21701092041



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

MALANG

2022

RINGKASAN

Abdul Rahman Efendi, 2021, “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Inspired27 Pengguna E-Commerce Shopee)**”. Dosen Pembimbing I : Dr. Siti Saroh, M.Si, Dosen Pembimbing II : Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Si.

Perusahaan harus memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan minat beli konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen adalah kualitas produk, harga, dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dan kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 100. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,050$), variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,050$), variable gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,050$). Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,050$).

Kesimpulan dari penelitian ini terbukti secara simultan kualitas produk, harga dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, Minat Beli Konsumen.

SUMMARY

Abdul Rahman Efendi, 2021, *“The Influence of Product Quality, Price, and Lifestyle on Consumer Purchase Interest (Study on Consumers Inspired27 Shopee E-Commerce Users)”*. Supervisor I : Dr. Siti Saroh, M.Si, Supervisor II : Dra. Ratna Nikin Hardati, M.Si.

Companies must meet consumer needs in order to maintain consumer buying interest. To meet consumer needs are product quality, price, and lifestyle. This study aims to determine the effect of kproduct quality, price, and lifestyle on consumer buying interest. This type of research is quantitative. Data collection techniques using observation techniques, and questionnaires. The number of samples is 100. The data analysis used is multiple linear regression analysis.

The results of the study partially show that the product quality variable has a significant effect on consumer buying interest with a significant value ($0.000 < 0.050$), the price variable has a significant effect on consumer buying interest with a significant value ($0.000 < 0.050$), lifestyle variables have a significant effect on buying interest. consumers with a significant value ($0.000 < 0.050$). The results of the study simultaneously showed that the variables of product quality, price, and lifestyle had a significant effect on the variable of consumer buying interest with a significant value ($0.000 < 0.050$).

The conclusion of this study is that simultaneously product quality, price and lifestyle have a significant effect on consumer buying interest.

Keywords : *Product Quality, Price, Lifestyle, Consumer Buying Interest.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat mengalami kemajuan dengan pesat, salah satunya ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk yang sama. Sehingga para pengusaha dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana pangsa pasar dari perubahan yang ada baik dari segi politik, sosial dan ekonomi. Setiap perusahaan pasti menginginkan produk yang dihasilkannya diingat dan menjadi pilihan bagi para konsumennya. Untuk meraih pangsa pasar, maka perusahaan harus melakukan berbagai strategi yang tepat untuk menciptakan keunggulan bersaing, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Hal tersebut perlu dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mempertahankan dan memuaskan konsumen serta pelanggan yang sudah ada, salah satu contohnya pada produk *fashion*.

Perilaku masyarakat Indonesia yang mudah memahami *trend* busana terbaru ini merupakan peluang besar bagi para pelaku bisnis *fashion*. Industri *clothing* merupakan bagian dari industri *fashion* yang berawal dari aktivitas kultural yang menjadi gaya hidup di perkotaan, kemudian mengeluarkan produk-produk penunjang aktivitas tersebut untuk komunitasnya sendiri, yang kemudian memunculkan berkembangnya suatu usaha yang bergerak dalam bidang *fashion*. Aktivitas seseorang seperti pekerjaan, hobi, pertemanan dan

berpergian akan mempengaruhi keputusan dalam pembelian. *Distro* Inspired27 merupakan bisnis *clothing* yang berkembang di Kota Malang yang berdiri pada awal tahun 2003 dan masih bertahan ditengah persaingan industri busana lainnya sampai sekarang. Salah satu *distro* Inspired27 beralamat di Jl. Soekarno-Hatta D 511 Malang. *Distro* Inspired27 memproduksi dan menjual berbagai produk mulai dari baju, celana, tas, jaket, aksesoris dan lain-lain. Saat ini produk *distro* Inspired27 masih tetap menjadi andalan konsumen khususnya Kota Malang. Seiring dengan bermunculan produk baru dan persaingan yang makin ketat Inspired27 masih mampu mempertahankan produknya agar tetap dikenal dan diminati oleh konsumen. Selain menjual produknya secara offline di *Distribution Store* atau *Distribution Outlet (Distro)*, Inspired27 juga menjual produknya secara Online di *website* resmi Inspired27, *Shopee*, *Tokopedia* dan lainnya.

Kualitas produk dapat menarik minat tersendiri di kalangan konsumen. Misalnya dalam *online shop* Inspired27 yang menjaga kualitas produknya melalui *packaging*, jahitan baju yang sangat rapi, sablon baju yang tidak mudah pecah dan tentunya *trend* baju masa kini yang membuat konsumen tertarik dengan produk Inspired27. Selain mempertahankan kualitas produk, Inspired27 juga menerapkan strategi penetapan harga yang dapat dibilang menjadi pemimpin di harga terendah. Hebatnya produk Inspired27 yang memiliki harga terjangkau masih dianggap mempunyai kualitas terbaik. Terlebih dengan keunggulan strategi penetapan harga Inspired27 dapat menerapkan harga yang sama di seluruh Indonesia.

Seperti yang sudah kita ketahui sebelumnya, bahwa seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi sekarang ini banyak *online shop* yang bermunculan di berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga kalangan orang dewasa. Barang yang ditawarkan juga bervariasi, mulai dari makanan, perlengkapan rumah tangga, *lifestyle*, *otomotif*, elektronik dan lain-lain. Semua barang tersebut dijual secara online melalui website, akun media sosial dan toko online diberbagai *marketplace*. Berdasarkan uraian diatas, kualitas produk, harga dan gaya hidup mempunyai daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk dapat mengetahui minat beli pada *marketplace Shopee*.

Salah satu faktor yang menarik minat beli konsumen yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2009:143) Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Perusahaan harus mempertimbangkan kualitas produk yang dihasilkan karena dengan meningkatkan kualitas maka reputasi perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan, bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa produk dapat *berekspansi* di pasar global. Selain itu dengan meningkatkan kualitas produk, perusahaan juga akan mendapatkan kesempatan untuk mewujudkan *cost reduction* yang berarti perusahaan mampu melakukan kegiatan produksi dengan efektif dan efisien. Apabila produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan maka jumlah barang cacat dapat ditekan sekecil mungkin (*zero waste*).

Dunia bisnis maupun perusahaan dituntut untuk mempunyai sarana informasi yang dapat menunjang kegiatan bisnisnya, terutama perkembangan teknologi dalam bidang pemasaran agar produk mereka tetap dikenal konsumen sehingga memunculkan minat beli masyarakat. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen yaitu dengan menetapkan harga produk yang dapat merangsang respon pasar. Harga produk diharapkan dapat membuat calon konsumen menggunakan suatu produk dan meninggalkan produk pesaing yang sejenis.

Peneliti memilih variabel kualitas produk pada *marketplace Shopee* dikarenakan ditemukannya indikasi bahwa beberapa toko yang menjual produknya di *marketplace Shopee* mempunyai kualitas produk yang kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan apa yang dituliskan pada deskripsi produk. Hal tersebut dapat diketahui dari penilaian pasca pembelian oleh konsumen sehingga membuat beberapa calon konsumen *Shopee* harus memperhatikan penilaian (*rating*) dari produk yang dijual sebelum melakukan pembelian. Mengingat semakin meningkatnya konsumen yang berbelanja melalui *online shop*, maka kualitas produk yang diperjualbelikan sangat penting untuk diperhatikan karena konsumen tidak dapat melihat dan memegang secara langsung produk yang akan mereka beli, sehingga nantinya konsumen tidak merasa kecewa saat produk sudah diterima. Jika kualitas produk berkaitan dengan kesesuaian antara produk yang ditawarkan dengan produk yang dijual oleh *seller*, maka harga adalah nilai yang harus dibayar untuk mendapatkan suatu produk.

Peneliti tertarik untuk mengambil variabel harga karena harga yang ditawarkan oleh *marketplace Shopee* sangat bervariasi dan mampu bersaing dengan *marketplace* sejenis, karena didalamnya terdapat barang yang diimpor langsung dari luar negeri sehingga terbentuk harga yang jauh lebih murah dari harga pasaran. Selain itu, untuk produk tertentu yang mempunyai harga ratusan ribu hingga puluhan juta rupiah, terdapat program cicilan melalui berbagai pihak yang telah mempunyai kerjasama dengan *marketplace Shopee*.

Tabel 1. Data Penjualan Distro Inspired27 Juni 2018-2019

| Tahun | Bulan | Omzet |
|-------|-----------|----------------|
| 2018 | Juni | Rp. 30.280.000 |
| 2018 | Juli | Rp. 34.660.000 |
| 2018 | Agustus | Rp. 39.840.000 |
| 2018 | September | Rp. 44.440.000 |
| 2018 | Oktober | Rp. 47.650.000 |
| 2018 | November | Rp. 43.300.000 |
| 2018 | Desember | Rp. 54.820.000 |
| 2019 | Januari | Rp. 62.980.000 |
| 2019 | Februari | Rp. 46.125.000 |
| 2019 | Maret | Rp. 41.200.000 |
| 2019 | April | Rp. 47.800.000 |
| 2019 | Mei | Rp. 63.070.000 |

Sumber: *Distro Inspired27*, September 2021

Dari data tabel tersebut bisa ditarik kesimpulan *omzet* penjualan dalam periode tahun Juni 2018 sampai dengan tahun Mei 2019 *distro Inspired27* mengalami kondisi yang fluktuatif. dilihat dari pada bulan Nopember 2018 dan Februari 2019 sempat mengalami penurunan *omzet* penjualan yang cukup signifikan. Dari hal demikian menggambarkan ada suatu masalah dalam pemasarannya dimana belum bisa menunjukkan hasil yang optimal meskipun telah menerapkan pemasaran yang terarah oleh *distro Inspired27*.

Menurut Tjiptono (2015:289) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang dibutuhkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga dan kualitas produk adalah hal penting bagi konsumen. Penetapan harga pada suatu produk haruslah sesuai dan wajar dengan kualitas produk yang ditawarkan. Tingginya harga yang ditawarkan oleh Inspired27 harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen yang mengkonsumsinya. Menurut peneliti harga yang di tawarkan oleh Inspired27 cukup terjangkau namun tetap menarik minat beli konsumen.

Jika ada suatu produk yang akan dijual maka akan ada penetapan harga jual, berikut penetapan harga jual produk *distro* Inspired27:

Tabel 2. Daftar Harga Katalog Inspired27 Tahun 2021

| BAJU | | |
|--------------------------------|--------------------|-------------------------|
| No. | Nama Barang | Harga |
| 1. | T-Shirt | Rp.135.000 - Rp.200.000 |
| 2. | Raglan | Rp.150.000 - Rp.180.000 |
| 3. | Long Sleeves | Rp.165.000 - Rp.220.000 |
| 4. | Flannel Shirt | Rp.220.000 - Rp.340.000 |
| 5. | Shirt Long | Rp.220.000 - Rp.340.000 |
| 6. | Shirt Short | Rp.195.000 - Rp.300.000 |
| 7. | Polo Shirt | Rp.190.000 - Rp.225.000 |
| CELANA | | |
| 1. | Long Pants | Rp.300.000 - Rp.400.000 |
| 2. | Short Pants | Rp.280.000 - Rp.360.000 |
| JAKET | | |
| 1. | Casual | Rp.300.000 – Rp.465.000 |
| 2. | Sweatshirt | Rp.250.000 – Rp.295.000 |
| TAS | | |
| 1. | Sling Bag | Rp.130.000 – Rp.200.000 |
| 2. | Backpack | Rp.180.000 – Rp.360.000 |
| 3. | Waistbag | Rp.120.000 – Rp.220.000 |
| 4. | Travel Bag | Rp.300.000 |
| AKSESORIS DAN LAIN-LAIN | | |
| 1. | Gelang | Rp.45.000 |
| 2. | Topi | Rp.120.000 – Rp.185.000 |
| 3. | Kaos Kaki | Rp.40.000 – Rp.80.000 |

Tabel Lanjutan

| | | |
|----|--------|------------------------|
| 4. | Dompet | Rp.285.000 |
| 5. | Parfum | Rp.150.000 |
| 6. | Sandal | Rp.95.000 – Rp.320.000 |

Sumber: *E-Commerce Shope Inspired27*
(<https://shopee.co.id/inspired27official> diakses 31 Juli 2021)

Setelah kualitas produk dan harga, peneliti memilih gaya hidup sebagai variabel bebas ketiga, karena Mowen dan Minor (2002), menyatakan bahwa gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasi waktu (dalam Priansa 2017:185). Berbelanja pada umumnya adalah membeli bahan atau produk yang dibutuhkan saja. Akan tetapi, dengan banyak variasi dari berbagai produk Inspired27 saat ini membuat konsumen lebih banyak menghabiskan waktu untuk memilih produk yang tidak hanya dibutuhkan melainkan juga diinginkan. Hal demikian membuat konsumen sering berulang-ulang melakukan kegiatan berbelanja sehingga menyebabkan suatu gaya hidup berbelanja itu sendiri. Sikap konsumen terbentuk secara langsung menurut suasana hati ketika berbelanja.

Kotler dan Keller (2015:36) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan”. Minat beli merupakan hasil evaluasi dari dalam diri individu seorang konsumen tentang suatu produk atau jasa. Minat beli ini muncul ketika seorang konsumen melihat suatu produk dan jasa yang ditawarkan baik dari penampilan, kemasan, serta keunggulan produk

tersebut. Menurut peneliti Orang yang sudah membeli suatu produk pastinya mempunyai rasa minat beli.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Inspired27 Pengguna *E-Commerce Shopee*)”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup dalam menarik minat beli konsumen agar berbelanja produk Inspired27.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan pada penelitian ini, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Inspired27.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen Inspired27.
3. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen Inspired27.
4. Mengetahui kualitas produk, harga, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat menambah wawasan dan pemahaman terhadap pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup untuk menarik minat beli dan peneliti dapat memahami penerapan dari teori-teori yang di dapat selama di bangku kuliah, terutama yang berkaitan dengan judul yang dipilih.
2. Bagi *distro* Inspired27, penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan berupa saran dan informasi kepada pihak *distro* Inspired27 guna menjadi bahan pertimbangan dalam menarik minat beli konsumen.

3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini untuk menambah wawasan dan informasi yang dapat dijadikan sebagai referensi terutama bagi yang tertarik dalam meneliti *distro* Inspired27 dalam sebuah penelitian berikutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan akan mempermudah penelitian ini maka peneliti membagi ke dalam beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah yang ada, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang peneliti lakukan, serta landasan teori yang digunakan dalam pembahasan masalah yang diteliti. Selain itu juga dilengkapi dengan kerangka berpikir dan rumusan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang metode penelitian yang didalamnya terdapat jenis penelitian yang diambil, dimana lokasi penelitian dilakukan,

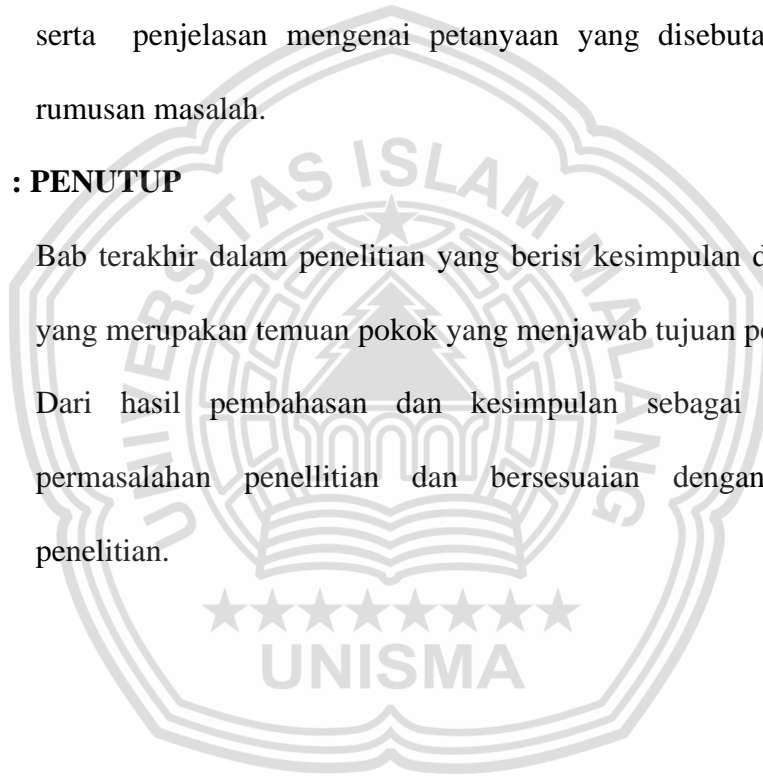
variabel penelitian, pengukuran populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyebutkan profil dan objek penelitian, pegajuan dan hasil analisis data, pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan, serta penjelasan mengenai pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir dalam penelitian yang berisi kesimpulan dan saran yang merupakan temuan pokok yang menjawab tujuan penelitian. Dari hasil pembahasan dan kesimpulan sebagai jawaban permasalahan penelitian dan bersesuaian dengan tujuan penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terkait variabel Kualitas Produk dapat diketahui nilai rata-rata masing-masing item pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator Keistimewaan (4,37) dengan frekuensi jawaban “sangat setuju” sebanyak 47 responden dan Kesesuaian (4,36) dengan frekuensi jawaban “sangat setuju” sebanyak 46 responden. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk yang paling mendominasi atau dianggap paling penting oleh responden atau konsumen inspired²⁷ adalah indikator keistimewaan dan kesesuaian.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terkait variabel Harga dapat diketahui nilai rata-rata masing-masing item pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu

indikator Persaingan Harga sebesar (4,39) dengan frekuensi jawaban “sangat setuju” sebanyak 51 responden dan indikator Harga yang sesuai dengan manfaat sebesar (4,25) dengan frekuensi jawaban “sangat setuju” sebanyak 43 responden. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel Harga yang paling mendominasi atau dianggap paling penting oleh responden atau konsumen inspired27 adalah persaingan harga dan harga yang sesuai dengan manfaat.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji t (parsial) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara parsial Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden terkait variabel Gaya Hidup dapat diketahui nilai rata-rata masing-masing item pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu indikator Opini (4,67) dengan frekuensi jawaban “sangat setuju” sebanyak 67 responden dan indikator Minat sebesar (4,58) dengan frekuensi jawaban “sangat setuju” sebanyak 59 responden. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel Gaya Hidup yang paling mendominasi atau dianggap paling penting oleh responden atau konsumen inspired27 adalah minat dan opini.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan hasil uji F (simultan) dapat ditarik kesimpulan dijelaskan bahwa secara simultan kualitas produk, harga dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Inspired27. Hal ini ditunjukkan dengan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $58.630 > 2.70$ dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga H_a diterima H_o ditolak.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang dapat dipergunakan untuk bahan pertimbangan bagi pihak pemasaran perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan atau pengelola *Distro Inspired27*

Adapun upaya yang perlu dilakukan dalam pengembangan dan pengelolaan *Distro Inspired27* dapat dilakukan dengan mempertimbangkan rekomendasi sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil penelitian, terdapat item yang memiliki rata-rata (mean) terkecil pada variabel Kualitas Produk (X1) dengan indikator *Estetika* yaitu sebesar (3,93). Berdasarkan data tersebut dapat disarankan kepada pengelola *Distro Inspired27* untuk selalu memberikan penampilan produk yang selalu inovatif dan trend.
- b) Pengelola *Distro Inspired27* diharapkan juga meningkatkan perhatian khusus akan pentingnya Kualitas Produk di benak konsumen, karena variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli, diantaranya yaitu dengan menjaga Kualitas Produk fashion dan lebih inovatif dalam membuat rancangan model fashion yang akan menjadi trend masa kini. Hal tersebut sangat berpengaruh saat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian sejenis dengan penambahan variabel dan objek penelitian yang berbeda agar

dapat mengetahui pengaruh dari setiap variabel. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat melibatkan para konsumen mancanegara sebagai responden. Serta disarankan untuk mencoba melakukan penelitian pada *distro-distro* yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana hasil yang diperoleh jika variabel-variabel dalam penelitian ini diaplikasikan untuk *distro-distro* lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty Ferdinand. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen, Edisi 3, AGF Books*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Bilson, Simamora. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multiyariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Henry Simamora. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Gramedia.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Philip, Amstrong. (2013). *Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- , Keller. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- , Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- , Philip And Kevin Lane Keller. (2015). *Principel of Marketing*, Jakarta : Erlangga.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran. Jilid I. Edisi 4*. Jakarta: Indeks Kelompok
- Nuha, Muhamad Shaifin. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Flash Sale Di Toko Online*. Skripsi. <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/11099/1/ALHAMDULILAH%20ADI%20SKRIPSI.pdf>
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, Chiristoforus Rendy. (2018). *“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi (Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)”*. Universitas Sanata

Dharma Yogyakarta. Skripsi.
https://repository.usd.ac.id/32988/2/142214137_full.pdf

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

-----, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

-----, (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

-----, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

-----, (2019). *Metode Penelitiin Kuantitatif Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Supriyanto, A.S dan Maharani, V. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuesioner, dan Analisis Data)*. Malang: UIN-Maliki Press

Tjiptono, Fandy. (2003). *Total Quality Management*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.

-----, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

-----, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran: Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.

Wahyu Diah Agustini & Rulirianto, (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Consina Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:5 Nomor:2*.