



PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS

PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus THRIFT MEGA STORE Sumberjo, Kota Batu)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

SALMA SUNDYA RETHA

NPM. 21901081135



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

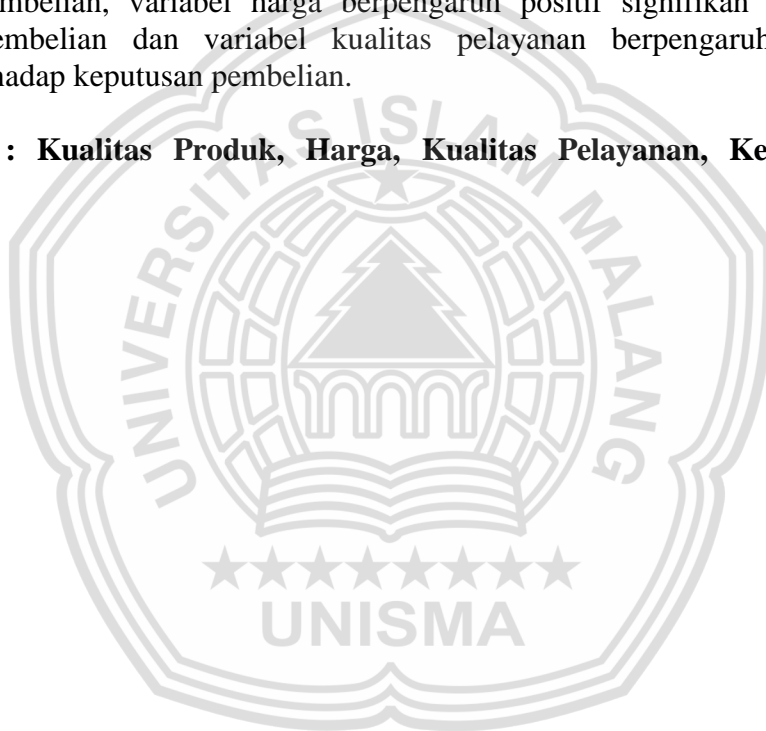
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen untuk semua kalangan di THRIFT MEGA STORE, sebanyak 115 konsumen. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen: uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik: uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis: uji simultan, uji parsial dan koefisien determinasi. Dari hasil penelitian secara simultan diperoleh hasil bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

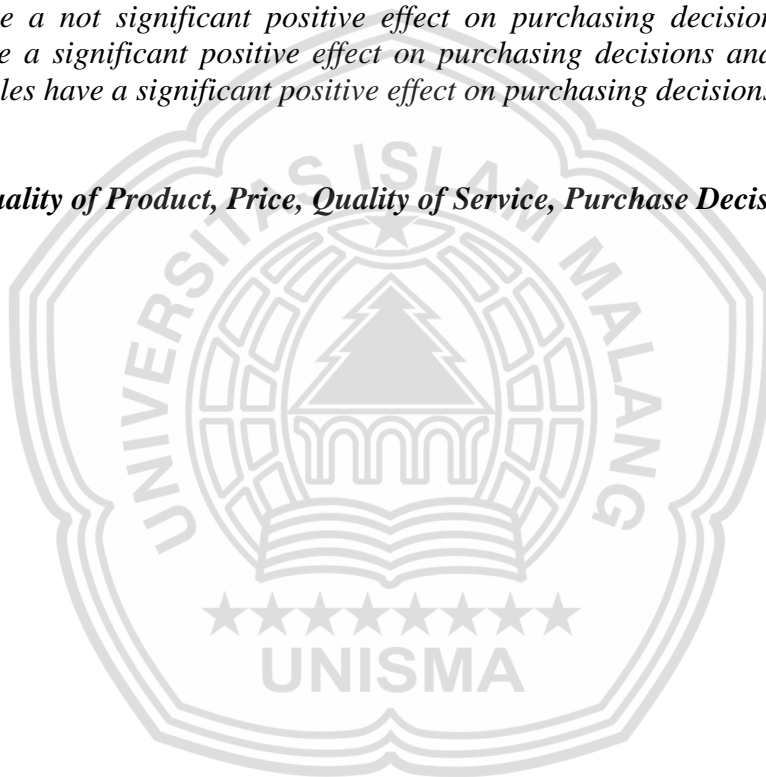
Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



Abstract

This study aims to determine the effect of quality product, price, and quality service on purchase decision at THRIFT MEGA STORE. The research used is a quantitative method. The population in this consumers for all groups in the THRIFT MEGA STORE, as many 115 consumers. While the sample used in this consumer were 100 samples. The data used is primary data using a questionnaire. The data analysis method used is instrument test: validity and reliability test, normality test, classic assumption test: multicollinearity test and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing: simultaneous test, partial test and coefficient of determination. From the results of the study simultaneously obtained results that product quality, price and service quality have a significant effect on purchasing decisions, product quality variables have a not significant positive effect on purchasing decisions, price variables have a significant positive effect on purchasing decisions and service quality variables have a significant positive effect on purchasing decisions .

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



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat saat ini, pada dasarnya kebutuhan pokok manusia yaitu sandang, pangan, dan papan. Setiap tahunnya fashion mengalami perubahan yang akan memberikan pengaruh terhadap masyarakat dalam kehidupan sehari-hari Febriani & Purwanto (2019). Pemenuhan kebutuhan hidup selalu berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkannya. Untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan selalu berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan. Industri pakaian bekas pun semakin berkembang di Indonesia ditandai dengan maraknya generasi milenial yang bangga dengan menggunakan barang-barang second hand, yang bisa disebut dengan *thrifting*. Industri fashion juga memiliki dampak yang sangat buruk untuk lingkungan seperti polusi udara dan air. Lebih dari 50% pakaian yang diperjualbelikan berakhir ditempat pembuangan akhir.

Dari fenomena tersebut alih-alih membuang baju yang tidak diinginkan atau sudah tidak muat lagi, maka masyarakat memperjualbelikan pakaian tersebut. THRIFT MEGA STORE yang berlokasi di Kota Batu, desa Sumberjo merupakan salah satu bisnis UMKM yang dimulai oleh pengusaha muda milenial. Pemilik *store* Bapak Imam Maliki salah satu penjual pakaian bekas *thrifting* mengatakan dalam satu hari pakaian bekas yang terjual bisa mencapai kurang lebih 1000 helai. Satu helai baju dijual mulai dari harga Rp 20.000, hingga Rp 200.000., bahwa para konsumen yang membeli pakaian

bekas kebanyakan dari kalangan remaja yang memiliki kecenderungan untuk tampil stylis dan modis dengan budget yang minim, sehingga pendapatannya bisa mencapai kisaran Rp. 15.000.000, apalagi jika banyak pakaian yang di obral atau promo yang ditetapkan penjual maka pendapatan penjual bisa lebih meningkatkan dari biasanya.

Pakaian bekas ini masuk kedalam wilayah Indonesia dengan menggunakan merek-merek luar negeri seperti Supreme, Nike, Zara, H&M, Uniqlo, Champions, Dickies, Levis dan berbagai brand lainnya. Jenis-jenis pakaian bekas tersebut antara lain: pakaian wanita (baju hangat, dress, atasan, celana), dan pakaian pria (jaket, celana panjang, celana pendek, kemeja, t-shirt, sweater, hoodie). Dan pakaian bekas ini di impor dari luar negeri, yaitu seperti Singapura, Jepang, Malaysia dan Korea.

Tabel 1.1 Omset THRIFT MEGA STORE

2020	2021	2022
3.600.000.000	4.320.000.000	5.400.000.000

Sumber: Thrift Mega Store Sumberjo, Batu

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan konsumen dengan mempertimbangkan barang yang sudah dibeli sebab pada *store* tersebut barang yang sudah dibayar tidak bisa ditukarkan kembali Saputra et al. (2022). Sesuai dengan keputusan pembelian konsumen dalam tindakan nyata dan bukanlah merupakan satu tindakan saja tetapi terdiri dari beberapa tindakan yang meliputi tentang jenis produk, merek, harga, kualitas, kuantitas waktu pembayaran, dan cara pembayaran dalam rangka mengumpulkan info yang diperolehnya Ghoniyah (2013).

Tabel 1.2 Data Rata-Rata Keluhan Pelanggan Bulan Desember 2022 – Januari 2023

Indikator	Bulan	
	Desember	Januari
Apakah kualitas produk yang ditawarkan tidak seandainya konsumen (adanya cacat)	1	9
Bagaimana kualitas produk pada brand yang di jual. Apakah bagus	9	1
Kualitas produk yang unggul dan terjamin pada konsumen	10	
Harga yang murah dan terjangkau pada semua kalangan	10	
Adanya chasback pada pembelian sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku	10	
Apakah harga produk ada yang mahal atau sangat murah bagi konsumen	5	5
Harga yang lebih premium dibanding toko lain	10	
Dengan karyawan yang ramah pada saat transaksi Pembayaran	10	
Mempermudah konsumen untuk membayar dengan metode pembayaran dengan e-wallet disetiap prosestransaksi	5	4
Pelayanan yang didapat dengan gratis parkir pada konsumen	5	4

Sumber : Thrift Mega Store Sumberjo, Batu

Keunggulan dari kualitas produk mempunyai karakteristik dari setiap barang didasarkan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tidak dinyatakan Kotler & Armstrong (2015:253). Pada bagian penilaian kualitas produk pada *store*, banyak sekali barang-barang yang memiliki kualitas produk tinggi dengan dijual ke konsumen yang bertujuan dalam memutuskan untuk membeli produk. Dalam memilih produk konsumen juga cenderung melakukannya dengan hati-hati jika produk tersebut memiliki sertifikasi yang tidak sesuai keinginan, seperti halnya ketika mereka tidak puas dengan spesifikasi produk, penawaran yang dibuat untuk produk tersebut, dan faktor lainnya.

Store ini menjual dengan harga yang lebih murah dibanding pesaingnya, maka banyak konsumen yang tertarik untuk memperoleh produk Aristo

(2016). Dengan kata lain harga merupakan nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual dalam penetapan harga standar yang ditujukan untuk menjangkau konsumen di daerah tersebut untuk membebaskan biaya premium.

Selain kualitas produk dan harga keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dimana pelayanan merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu usaha untuk mencapai hasil yang diinginkan, dan layanan juga merupakan variabel bauran pemasaran selain produk, dan harga. Konsumen yang puas dengan kualitas layanan akan cenderung merekomendasikannya kepada orang lain, yang akan meningkatkan profitabilitas bisnis. Kualitas pelayanan yang dimiliki pada *store*, menggambarkan kinerja pada karyawan dalam melayani sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan lebih tinggi akan mengalami peningkatan penjualan yang berkorelasi dengan kualitas. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan kepercayaan kepada pelanggan sebagai tempat pembelian utama mereka, maka kualitas staf pendukung sangat penting saat meluncurkan usaha bisnis apa pun dengan tujuan menjadi lebih sukses dan menguntungkan Kotler (2013).

Peningkatan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang sesuai diharapkan mampu menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk mereka, sehingga mampu memberikan profit yang cukup menguntungkan bagi *store* dan dapat menaikkan setara *store* ternama pada THRIFT MEGA STORE, diharapkan dapat meningkatkan daya keputusan pembelian online konsumennya dan mampu bersaing dengan para kompetitornya yang menjual produk yang sama.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti ingin mengkaji dan meneliti permasalahan tersebut dengan memfokuskan variabelnya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Oleh sebab itu penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah, penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan

pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE Sumberjo Kota Batu.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari segi praktis berharap nantinya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi THRIFT MEGA STORE

Penelitian ini dapat digunakan oleh pemilik toko sebagai informasi dan bahan baku agar usaha yang dirintisnya dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dengan pelayanan yang berkualitas dan harga yang lebih terjangkau.

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat digunakan oleh masyarakat umum sebagai informasi untuk membuat keputusan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan bagi peneliti dengan mengalikasikan ilmu yang telah diajarkan dan dipahami selama menempuh di perguruan tinggi.

4. Bagi Penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi dalam membuat serta mengembangkan penelitian yang relevan berkaitan dengan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada THRIFT MEGA STORE Sumberjo, Kota Batu. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE dari ketiga variabel tersebut mampu meningkatkan kepuasan atau daya tarik tinggi pada konsumen akan menyebabkan terjadinya keputusan pembelian yang melonjak.
2. Pengaruh kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE menunjukkan bahwa masih adanya kualitas produk yang belum sesuai, sebab pakaian bekas import masih perlu disortir terlebih dahulu. Kualitas produk second pada store ini belum menjamin kelayakan standaritas produk. Dengan begitu, thrift ini menyesuaikan dari segi harga yang sesuai dengan kualitas produk second untuk menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Pengaruh harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE bahwa harga pada

store terjangkau bagi kalangan konsumen, dengan menurunkan harga yang lebih murah dibanding store lain thrift ini mampu bersaing dalam menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

4. Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di THRIFT MEGA STORE.mampu untuk meningkatkan kualitas layanannya kepada konsumen yang menggunakan situs jual beli mereka, maka akan meningkatkan kemungkinan konsumen tersebut untuk melakukan keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam mengerjakan penelitian ini yaitu:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya data hasil kuesioner, dimana pengumpulan data menggunakan kuesioner memiliki kelemahan pada jawaban responden yang terbatas pada hal-hal yang ditanyakan saja tidak bisa memberikan keterangan lebih mendalam.
2. Masih kurangnya eksplorasi teori yang dapat dilakukan peneliti untuk memperkaya hasil penelitian. Dengan keterbatasan waktu dan tugas lain sehingga menyita waktu dan perhatian peneliti.

5.3 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka peniliti mencoba memberikan beberapa saran berikut:

a) Bagi THRIFT MEGA STORE

Bagi *store* di harapkan pihak manajemen dalam mengantisipasi pesaing bisnis baju bekas selalu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan supaya dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sebagai berikut:

- Menyediakan member bagi konsumen thrift yang ingin membeli produk dengan memberikan chasback pada setiap pembelian.
- Melayani pembelian dengan cara COD (Cash On Delevery)

b) Bagi peneliti selanjutnya

Di harapkan untuk memperbanyak referensi yang di gunakan dalam menambah variabel yang di gunakan, serta di harapkan untuk menambah jumlah sampel agar memperoleh data lebih banyak dan informasi yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring*. 92–102.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition, England : Pearson Education, Inc
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen woles chips. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*,1.
- Assauri . (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta : Erlangga Fandy,Tjiptono. (2017). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4 Yogyakarta. Andi Offset.
- Damanik, Hanna Meilani, Martin Luter Purba, and Hendrik E.S. Samosir. (2020). “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pakaian (Studi Kasus Pada Shopee).” *Jurnal Ilmiah Kohesi* 5 (3): 106–11.
- Febriani, S. F., & Purwanto, N. (2019). Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulse buying pada konsumen hijab butik rabbani jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*,2(2), 53–62
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., et al. (2018). *Principles of Marketing*. In Pearson Education, Inc (13th editi). United States: Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management 14th Edition*. Inggris: Pearson Education.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* Edisi 4. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, D. G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1*. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing management*. Pearson Education. file:///C:/Users/razit/Downloads/Keller , Kevin Lane_
- Kotler, Philip - *Marketing management*-Pearson Kim, J. M., Lee, E., & Mariani, M. M. (2021). The influence of launching mobile channels on online customer reviews. *Journal of Business Research*, 137, 366–378.
- Nugrah, M. Y. D., & Arwiyah, M. Y. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wormhole Store Bandung The Influence Of Brand Image And Price On The Cunsomer ' S. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6223–6240.
- Malhotra, N.K. (2012). *Basic Marketing Research: Integration of Social Media*. Edisi 4. New Jersey: Pearson Education.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian KerudunG Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
- Meithiana Indrasari. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya Unitomo Press Rosnaini Daga. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makasar; Global-RCI.
- Philip Kotler, Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. (2012)

- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*,2(3),228–233.
- Riduwan dan Akdon. 2010. Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Bandung : Alfabeta
- Siregar, Sofyan. (2016). Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2017). Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surwajeni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sani, A & Vivin. M. (2013). *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: UIN-Malang Press.
- Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Singarimbun, M & Effendi, S. (2011). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3S.
- Siregar, Sofyan. (2016). Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116.
- Sofiyatuzzahro, Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brand “Crocodile” di Matahari Departemen Store Surabaya. *Journal Management*,1(November), 242–254. <http://journal.febubhara-sby.org/umj> Hal:

Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Building Occupational Safety and Health (K3): Analysis of the Work Environment and Work Discipline. *Journal of Law Politic and Humanities*, 2(3), 105–114.

Santoso. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tang, M. J., & Chan, E. T. (2017). The Impact of Online Advertising on Generation Y's Purchase Decision in Malaysia. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.1130451>

Umar, H. (2011). *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Utama, Made Suyana. (2016). *Aplikasi Analisis Kuantitatif*. Denpasar: CV Sastra Utama.

Yoebrilanti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.

