

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN KUBU RAYA

The Influence Of Price, Brand Image, And Product Quality On The Decision To Buy Used Clothes In People In Kubu Raya Regency

Lentri^{1*}, Yuni Firayanti², Tubagus Mahardika³

^{1,2,3}Prodi Manajemen – Fakultas Ekonomi – Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat
Jl. Parit Derabak – Kubu Raya

Penulis Korespondensi, email :Triylen401@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas pada masyarakat di kabupaten kubu raya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan cara survei. Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis, pertanyaan terstruktur atau sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang kemudian dianalisis dengan menggunakan bantuan Software IBM SPSS. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden pada masyarakat kubu raya yang telah membeli pakaian bekas. Teknik analisis data menggunakan uji Kualitas data, Uji asumsi klasik, Uji Regresi Linier Berganda, dan Uji parsial (Uji-T). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memperoleh hasil nilai thitung sebesar $-3,262 < 1,650$ dengan signifikansinya $0,002 < 0,05$, variabel citra merek memperoleh hasil $5,161 > 1,650$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, dan variabel kualitas produk memperoleh nilai hasil sebesar $5,190 > 1,650$ dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of price, brand image and product quality on the decision to purchase used clothing among people in Kubu Raya district. This research uses field research methods by means of surveys. Survey research is quantitative research using the same structured or systematic questions to many people, then all the answers obtained by the researcher are recorded, processed and analyzed. These structured or systematic questions are known as questionnaires as a data collection tool which is then analyzed. using the help of IBM SPSS software. The sample in this study consisted of 100 respondents in the Kubu Raya community who had bought second-hand clothes. Data analysis techniques use data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, and partial tests (T-test). The results of this research prove that price, brand image and product quality have a significant influence on purchasing decisions. The results of this research show that the price variable obtained a t-

value of $-3.262 < 1.650$ with a significance of $0.002 < 0.05$, the brand image variable obtained a result of $5.161 > 1.650$ with a significance of $0.000 < 0.05$, and the product quality variable obtained a result value of $5.190 > 1.650$ with a significance of $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that the variables price, brand image and product quality have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 sektor industri tekstil dan pakaian tumbuh sebesar 13,74%, terutama pada triwulan II tahun 2022, dimana pada tahun 2021 sebesar 13,74%. 30,92 triliun, meningkat menjadi Rp. 35,17 triliun pada tahun 2022 dan pada tahun 2023 mencapai 18,57%. Menurut Barnard (2018), pakaian dapat mewakili identitas seseorang atau kelompok terhadap kelompok lain. Dalam hal mengekspresikan fashion, setiap orang memiliki selera dan karakteristiknya masing-masing. Kualitas dan harga adalah contoh faktor pemilihan produk.

Dalam mewujudkan selera fashionya masyarakat memiliki cara atau alternatif yakni dengan membeli baju bekas atau yang biasa kita kenal dengan kegiatan *thrifting*. *Thrifting* adalah kegiatan jual beli baju bekas yang dikirim dari negara lain seperti korea dan amerika serikat yang kualitasnya masih layak pakai dan yang dijual lebih murah dari harga asli produk baru. Sementara itu, fenomena menabung di masyarakat semakin meningkat, menurut ahli ekonomi dari *institute for development of economics and finance* 2021 dalam berita lokadata oleh (Hidayatullah *et al*, 2021).

Bagi konsumen pakaian bekas, *thrifting* merupakan solusi alternatif untuk berhemat karena harganya yang ramah kantong yang di sediakan dari berbagai merek terkenal dan kualitas baju yang bagus juga menjadi *extra point* mengapa kegiatan ini sangat diminati (Suarningsih, 2020). Namun, sebenarnya indonesia memiliki aturan larangan impor pakaian yang tertuang dalam permendag Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang larangan barang bekas. Sehingga digunakanlah teori yakni *shadow economy* yang merupakan kegiatan ekonomi baik produk maupun jasa yang dilaporkan secara tidak jujur dan dilakukan untuk menghindari sistem pajak dan peraturan pemerintah. Di kota pontianak khususnya di kabupaten kubu raya sendiri, penjual pakaian bekas/*Thrifting* yang biasa disebut juga dengan istilah Lelong cukup mudah di temukan. Bahkan beberapa tahun belakangan, para penjual lelong tersebut mulai memasarkan jualannya melalui media sosial, khususnya instagram. Selain itu para penggiat lelong ini juga sering mengadakan *even-even* besar, seperti yang pernah ada di Transmart Kubu Raya. Even dimana para pedagang lelong tersebut memajang produk-produk unggulannya, yang tentunya produk tersebut sudah di pilih dan berkualitas untuk di jual. Dari penjual pakaian hingga sepatu dengan merek terkenal. (Tribun Pontianak)

Stand yang menjual produknya di Transmart Kubu Raya, dengan tema *Thrift on The Road*. Satu di antara *owner* pakaian lelong yang membuka lapaknya di *Thrift On The Road* Transmart Kubu Raya, Farhan menuturkan bahwa even ini menurutnya adalah lebarannya pecinta lelong. Farhan menuturkan bahwa even ini menurutnya adalah lebarannya pecinta lelong. Farhan yang merupakan *owner* dari *LeftHandedShop* menambahkan, bahwa gerainya menjual berbagai jenis pakaian yang sudah ia dan tim pilih secara selektif. Lebih lanjut Farhan menuturkan bahwa, untuk harga jual dari pakaian-pakaian tersebut cukup bervariasi. Kata Farhan, tarif harga yang diletakan berbanding lurus dengan merek pakaian yang di jual (Tribun Pontianak).

Berdasarkan uraian di atas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui lebih dalam tentang keputusan pembelian pakaian bekas, maka dari itu penulis mengambil judul “pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas pada masyarakat di kabupaten kubu raya”.

BAHAN DAN METODE PENELITIAN

Bentuk Penelitian

Berhubungan dengan judul yang dikemukakan, maka penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan cara survei. Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis, pertanyaan terstruktur atau sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner. Menurut Sugiyono (2020:16) penelitian kuantitatif di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kubu Raya dan waktu penelitiannya akan dilakukan sekitar bulan juni 2024 sampai selesai.

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017), definisi operasional merupakan penentuan sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017), variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga (X1), Citra merek (X2), dan Kualitas produk (X3).

Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017), variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2020:126) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan pendapat tersebut maka populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk masyarakat yang berada di kabupaten Kubu Raya provinsi Kalimantan Barat yang berjumlah 620.126 jiwa, yang bersumber dari Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil (2023), dukcapil.kuburayakab.go.id

Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk mengetahui jumlah sampel yang diambil peneliti menggunakan rumus *Slovin* dengan nilai presisi ($e=10\%$):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = besaran sampel

N = besaran Populasi

e = nilai presisi/ketetapan presentase

$$n = \frac{620.126}{1+620.126(0,1)^2}$$

$$n = \frac{620.126}{1+620.126(0,01)}$$

$$n = \frac{620.126}{6.202,26}$$

$n = 99,98$ dibulatkan menjadi 100 sampel

jadi, 100 sampel yang akan diambil dalam penelitian ini.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dari orang yang bersangkutan. Sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau di diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.

Teknik pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020:104-105), Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket). Pada teknik pengumpulan data peneliti hanya menggunakan kuesioner (angket)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Uji Kualitas Data

Melakukan uji kualitas data atas data yang dimiliki, peneliti menggunakan peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut.

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
2. Jika r hitung $< r$ tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas penelitian ini akan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Menurut Sugiyono (2018:2020) suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6 jika instrumen alat ukur memiliki nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka alat ukur tersebut tidak reliabel. Berikut penjelasanya:

- Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya (reliabel).
- Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen tidak memiliki reliabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya (tidak reliabel).

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi Uji normalitas, Uji multikolineritas dan Uji heteroskedastisitas.

4. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel devenden atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk

mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) test yang terdapat di program SPSS. Teknik *Kolmogorov Smirnov* memiliki kriteria jika signifikansi dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi diatas 0,05 maka data berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan melalui (Ghozali, 2018:161-167).

5. Uji Multikolinearitas
Uji Multikolinearitas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018:107).
6. Uji Heteroskedastisitas
7. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain sama maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137).

Uji Koefisien Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:95). Berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis dalam model regresi menentukan pengaruh signifikan sebenarnya dari variabel dependen (X) terhadap variabel independen (Y). dengan menggunakan uji-t maka dapat diketahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat (Gani & Amalia, 2014).

Hasil pengujian uji t dibagi menjadi dua, yaitu :

Menerima H0 diterima, dan menolak H1

Menerima H1 diterima, dan menolak H0

Berikut ini adalah teori bagaimana satu variabel independen mempengaruhi dependen:

Ho ; $\beta_i = 0$ oleh karena itu variabel X_i tidak memiliki dampak yang terlihat pada variabel

Y.

H₁; $\beta_i \neq 0$ akibatnya variabel X_i berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Pentingnya satu variabel independen untuk dependen adalah: H0 ditolak (H1 diterima)

jika tingkat alpha lebih besar dari ambang batas signifikansi

H0 diterima (H1 ditolak) jika tingkat alpha lebih kecil dari pada signifikansi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Setiap pernyataan pada variabel dihitung sebagai bagian dari pengujian validitas untuk penelitian ini. Derajat kebebasan (df) perbandingan antara rhitung dan rtabel digunakan untuk menilai signifikasikanya. Hasil yang diperoleh adalah:

Tabel 4. Hasil uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Harga	X1.1	0,612	0,195	Valid
	X1.2	0,521		Valid
	X1.3	0,647		Valid
	X1.4	0,505		Valid
	X1.5	0,518		Valid
Citra Merek	X2.1	0,701		Valid
	X2.2	0,567		Valid
	X2.3	0,665		Valid
	X2.4	0,744		Valid
	X2.5	0,556		Valid
Kualitas Produk	X3.1	0,764		Valid
	X3.2	0,634		Valid
	X3.3	0,701		Valid
	X3.4	0,670		Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,701		Valid
	Y.2	0,753		Valid
	Y.3	0,610		Valid
	Y.4	0,606		Valid

Sumber: SPSS ver.20, Data yang Diolah, 2024

Dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel nilai R_{hitung} > R_{tabel}. Hasil tersebut menyatakan bahwa semua indikator yang didapat pada variabel harga, citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:2020) suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6 jika instrumen alat ukur memiliki nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 maka alat ukur tersebut tidak reliabel. Berikut penjelasannya:

- Jika nilai koefisien reliabilitas > 0,6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya (reliabel).
- Jika nilai koefisien reliabilitas < 0,6 maka instrumen tidak memiliki reliabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya (tidak reliabel).

Alat bantu pengujian ini adalah software SPSS berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Harga	0,667	0,6	Reliabel
Citra Merek	0,657		Reliabel
Kualitas Produk	0,600		Reliabel
Keputusan Pembelian	0,763		Reliabel

Sumber: SPSS ver.20, Data yang Diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan tersebut, dapat dikatakan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0.60. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa responden menjawab setiap pertanyaan atau pernyataan dengan konsisten.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) test yang terdapat di program SPSS. Teknik *Kolmogorov Smirnov* memiliki kriteria jika signifikansi dibawah 0,05 maka data

tidak berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi diatas 0,05 maka data berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan melalui (Ghozali, 2018:161-167). Hasil Uji Normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas	
One-Sample Kolmogorov-Smirnov	
	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-Tailed)	0,200

Sumber: SPSS ver.20, Data yang Diolah, 2024

Hal ini dapat dilihat pada nilai Asymp berdasarkan hasil Uji Normalitas tersebut diatas. Sig., yaitu nilainya 0,200. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

- Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 , maka dapat dikatakan tidak terdapat atau tidak terjadinya multikolinearitas dalam penelitian.
- Jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance* < 0,1, maka dapat dikatakan terdeteksi atau terdapat multikolinearitas dalam penelitian.
-

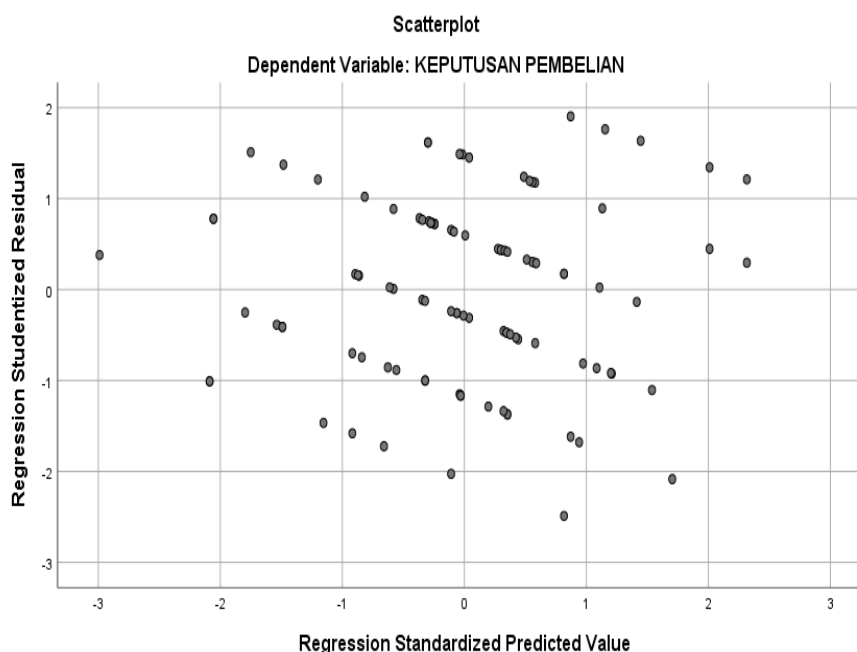
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas			
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,555	1,802	
Citra Merek	0,641	1,561	Tidak terjadi
Kualitas Produk	0,611	1,637	Multikolinearitas

Sumber: SPSS ver.20, Data yang Diolah.

Dari tabel 7 dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai VIF 1,802 dan nilai *tolerance* 0,555. Sedangkan variabel citra merek memiliki nilai VIF 1,561 dan nilai *tolerance* 0,641. Dan variabel Kualitas Produk memiliki nilai VIF 1,637 dan nilai *tolerance* 0,611. Dari semua variabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari multikolinearitas dan layak digunakan.

2. Uji Heteroskedastisitas

bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain sama maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137). Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot*. Pada model regresi berganda tidak terdapat heteroskedastisitas, jika titik-titik menyebar di atas dan bawah atau sekitar angka 0 maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Scatterplot

Sumber: SPSS ver.20, Data yang Diolah

Dari gambar 1 terlihat bahwa titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak dan tersebar diatas maupun dibawah angka 0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model angket layak dipakai untuk memperbaiki keputusan pembelian pakaian bekas pada masyarakat di kabupaten kubu raya berdasarkan variabel independen (harga, citra merek dan kualitas produk).

Hasil Uji Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda

Pendekatan regresi linier berganda digunakan karena hanya ada satu variabel terikat dan tiga variabel bebas dalam penelitian ini. Penelitian ini menyelidiki bagaimana variabel dependen, keputusan pembelian, di pengaruhi oleh variabel independen, harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficients		
	B	t	sig
Constant	8,790	5,931	0,000
Harga	-0,276	-3,262	0,002
Citra merek	0,354	5,161	0,000
Kualitas produk	0,388	5,190	0,000

Sumber: SPSS ver.23, Data yang Diolah.

Perumusan regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$= 8,790 + (-0,276) X_1 + 0,354 X_2 + 0,388 X_3$$

Berikut interpretasi temuan persamaan regresi linier berganda:

1. Nilai tetap sebesar 8,790 atau kondisi dimana variabel keputusan pembelian tidak dipengaruhi oleh variabel lain yaitu harga (X1), citra merek (X2), dan kualitas produk (X3). Pilihan pembelian tetap sama jika variabel independen tidak ada.
2. Digunakan faktor harga sebesar -0,276 (X1). Dengan asumsi sisa variabel tetap sebesar 8,790 hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan harga satuan, keputusan pembelian berlawanan sebesar -0,276 hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan harga satuan, keputusan pembelian berlawanan sebesar -0,276
3. Terdapat faktor citra merek (X2) sebesar 0,354. Dengan asumsi variabel lain tetap sebesar 8,790, hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap unit variasi citra merek, keputusan pembelian meningkat sebesar 0,354.
4. Terdapat koefisien kualitas produk (X3) 0,388. Hal ini menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel lain tetap sebesar 8,790, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,388 untuk setiap satuan variasi kualitas produk.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel koefisien t pada kolom sig memuat temuan uji t. ada pengaruh parsial antara faktor independen dan variabel dependen jika uji signifikasikan-probabilitas 0,05 . dampak setiap variabel independen terhadap variabel dependen di evaluasi menggunakan uji t. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients		
Variabel	t	sig
Constant	5,931	0,000
Harga	-3,262	0,002
Citra Merek	5,161	0,000
Kualitas Produk	5,190	0,000

Sumber: SPSS ver.23, Data yang Diolah, 2024

Variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar -3,262 dan tingkat signifikasikan sebesar 0,000. Daftar nilai t tabel menunjukkan bahwa nilai t tabel adalah 1,650. Hasilnya t hitung memiliki nilai $-3,262 < 1,650$ dan tingkat signifikasikan $0,002 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Nilai t hitung variabel citra merek sebesar 5,161 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai t tabel adalah 1,650 sesuai dengan daftar nilai t tabel. Dengan demikian nilai thitung adalah $5,161 > 1,650$ dan signifikasi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh besar dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai thitung variabel kualitas produk sebesar 5,190 dengan tingkat signifikansi 0,000 Nilai t tabel adalah 1,650 sesuai dengan daftar nilai t tabel. Dengan demikian nilai thitung adalah $5,190 > 1,650$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN

1. Harga berdampak besar atau signifikan pada pilihan konsumen untuk membeli pakaian bekas atau tidak. Variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar -3,262 dan tingkat signifikasikan sebesar 0,000. Daftar nilai t tabel menunjukkan bahwa nilai t tabel adalah 1,650. Hasilnya t hitung memiliki nilai $-3,262 < 1,650$ dan tingkat signifikasikan $0,002 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Citra merek berdampak besar atau signifikan pada pilihan konsumen untuk membeli pakaian bekas atau tidak. Hasil uji statistik menunjukkan hasil nilai thitung $5,161 > 1,650$ dan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas produk berdampak besar atau signifikan pada pilihan konsumen untuk membeli pakaian bekas atau tidak. Hasil uji statistik menunjukkan hasil nilai thitung $5,190 > 1,650$ dan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, A., Yantu, I., Juanna, A., & Asnawi, M. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik Store Di Kota Gorontalo*. JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 06(03), 1547–1557.
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Tabun, M. A. (2022). *Manajemen pemasaran (kajian pengantar di era bisnis modern)*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Aristo.S. F. (2016). *Pengaruh Produk,Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woless Chips*. . Jurnal Performa, Vol.01.No.4.
- Andriani, A. D., & Sri H, C. M. (2021, Maret). *Pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di tempat biasa thrift store Surabaya*. Journal of sustainability business research, Vol. 2, No. 1, 194-207.
- Amalia, N. (2020). *Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen mie endess di Bangkalan)*. Jurnal studi manajemen dan bisnis, Vol. 6 (2), 96-104. doi:<https://doi.org/10.21107/jsmb>
- Barnard, malcolm. (2018). *fashion sebagai komunikasi: cara mengkomunikasikan identitas sosial,seksual,kelas, dan gender* (Vol. 2). Jalsutra.
- Data jumlah penduduk. (2023). <https://dukcapil.kuburayakab.go.id/category/pengumuman/>
- Efa Irdhayanti, Yuni Firayanti (2020). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kubu Raya*. SEGMEN : Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 16, No.3
- Fandy Tjiptono, 2019, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fauziah, M. N., & Setiawan, H. (2022). *Pengaruh brand image, product quality, fashion lifestyle terhadap keputusan pembelian thrift shopping fashion di instagram*. Seminar inovasi manajemen bisnis dan akuntansi (SIMBA) 4.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.