

## **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik Store Di Kota Gorontalo**

*Annisa Aprilia<sup>1</sup>, Irwan Yantu<sup>2</sup>, Andi Juanna<sup>3</sup>, Melan Angriani Asnawi<sup>4</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>1</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>2</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>3</sup>*

*Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia<sup>4</sup>*

*E-mail: annisapriliaaaaaa@gmail.com*

---

**Abstract:** *This study aims to determine the influence of Product Quality and Price on Thrift Purchasing Decisions at Meltik Store in Gorontalo City. This study applies a quantitative approach and conducts the sampling technique using purposive sampling by taking a sample of 50 respondents. Moreover, the data are collected through a questionnaire with multiple linear regressions and analyzed using SPSS version 22. The results of the study show that product quality and price have a positive and significant influence on purchasing decisions. Product quality and price variables influence 78% of the purchasing decision variable. Meanwhile, the remaining 22% is influenced by other variables, which are not examined in this study.*

**Keywords:** *Product Quality; Price; Purchasing Decision*

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Thrift pada Meltik Store di Kota Gorontalo. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu purposive sampling dengan mengambil sampel sebanyak 50 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data regresi linier berganda dan alat analisis data menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh sebesar 78% terhadap variabel keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 22% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

### **PENDAHULUAN**

Industri fashion saat ini cenderung sedang berada pada konsep fast fashion. Model bisnis dalam industri pakaian yang menekankan produksi massal yang cepat dan murah dengan siklus fashion yang cepat pula. Istilah fast fashion merujuk pada produksi dan konsumsi pakaian yang menghasilkan barang-barang mode yang terus berubah dengan cepat, biasanya mengikuti tren yang sedang populer.

Fast fashion juga memiliki dampak negatif yang signifikan. Produksi yang massal dan cepat seringkali mengarah pada praktik lingkungan yang merugikan, seperti penggunaan bahan kimia berbahaya, pemborosan sumber daya alam, dan peningkatan limbah tekstil. Dampak dari produksi yang berlebihan, membuat pakaian tidak laku karena tren fashion saat ini mengarah kepada produk yang lebih ramah lingkungan dan menggunakan bahan yang memiliki dampak kecil bagi kerusakan lingkungan. Salah satu tren yang sedang marak adalah bisnis fashion yang menjual pakaian bekas namun memiliki nilai jual yang tinggi atau dikenal dengan istilah thrift. Jika dahulu kegiatan ini tidak lepas dari penggunaan oleh kalangan bawah dan dipandang rendah, kini banyak dijumpai

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran akan dampak negatif fast fashion semakin meningkat. Banyak upaya dilakukan untuk mengembangkan model bisnis yang lebih berkelanjutan dalam industri pakaian, seperti Permintaan terhadap tren fashion saat ini mengarah kepada produk yang lebih ramah lingkungan dan menggunakan bahan yang memiliki dampak kecil bagi kerusakan lingkungan. Salah satu tren yang sedang marak adalah bisnis fashion yang menjual pakaian bekas namun memiliki nilai jual yang tinggi atau dikenal dengan istilah thrift. Jika dahulu kegiatan ini tidak lepas dari penggunaan oleh kalangan bawah dan dipandang rendah, kini banyak dijumpai

masyarakat menengah dan atas yang mengonsumsi pakaian bekas pakai.

Thrift adalah sebuah istilah yang merujuk pada kebiasaan atau praktik menghemat uang. Thrifting merujuk pada aktivitas dalam menemukan secondhand dengan harga yang lebih terjangkau. Ini melibatkan berburu barang-barang bekas yang masih dalam kondisi baik. Selain itu, masyarakat umum memiliki minat terhadap produk pakaian thrift karena memiliki keunikan bahkan produk tersebut sudah langka (limited edition).

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 40 Tahun 2022 yang merupakan perubahan dari Permendag No. 18 Tahun 2021 tentang produk yang dilarang diekspor dan dilarang diimpor, terdapat larangan atas proses jual beli pakaian bekas. Hal ini disebutkan dalam pasal 2 ayat 3 yang menyatakan bahwa pakaian bekas tidak boleh diimpor. Larangan ini bertujuan untuk melindungi perekonomian dalam negeri, terutama UMKM, serta untuk menjaga kesehatan pelanggan. Larangan ini didukung oleh hasil pengujian laboratorium resmi dari kementerian yang menunjukkan bahwa pakaian bekas yang diimpor dapat mengandung jumlah bakteri yang tinggi, yakni hingga 216.000 bakteri per gramnya. Dengan demikian, larangan impor pakaian bekas bertujuan untuk mencegah risiko kesehatan yang dapat timbul dari pemakaian produk tersebut.

Fenomena ini semakin diperkuat dengan adanya kemunculan thrift store yang kian merajalela di Kota Gorontalo. Thrift store bisa dikatakan sebagai sebuah inovasi lahan bisnis terbaru yang sedang berkembang digenerasi milenial saat ini. Thrift store yaitu toko yang menyediakan produk bekas atau secondhand. Pada umumnya store ini menjual barang-barang yang masih terlihat bagus atau layak pakai dengan harga yang lebih masuk akal daripada barang baru. Sebuah toko yang tujuannya mengumpulkan berbagai barang bekas kemudian mencucinya hingga bersih, wangi, rapih dan memiliki keunikan tersendiri namun masih memiliki nilai jual yang tinggi, kemudian dijual kembali ke masyarakat umum. Dengan adanya thrift store, anda tidak perlu susah payah mencari barang bekas, cukup cari toko barang bekas terpercaya lalu membelinya.

Salah satu thrift store yang menjadikan tren pakaian bekas sebagai ladang usaha adalah Meltik store. Meltik store merupakan offline store maupun online yang menjual pakaian layak pakai yang berjalan sejak lima tahun, tepatnya pada tanggal 2 juni 2019 hingga saat ini. Walaupun lokasinya berada di Jl. Manggis No. 4, Limba B, Kota Selatan., Kota Gorontalo yang harus memasuki gang kecil itu, jarang sepi pengunjung. Dalam wawancara penulis bersama owner Meltik store mengatakan bahwa pelaku bisnis saat ini dipaksa memiliki kepekaan tinggi terhadap kondisi persaingan yang terjadi disekitarnya serta membuat strategi yang bagus untuk menarik pelanggan. Oleh karena itu Meltik store memiliki strategi marketing yang cukup unik. Setiap bulan Meltik store akan mengalami pergantian produk baru, misalnya bulan april pakaian wanita dan bisa jadi bulan mei itu pakaian pria. Hal inilah yang membuat Meltik store berbeda dengan thrift store lain yang ada di Gorontalo.

Salah satu alasan konsumen melakukan pembelian pakaian bekas karena kegiatan dinilai sangat ekonomis. Marlius (2017), mengatakan bahwa dalam melakukan pembelian adanya proses pengambilan keputusan bagi konsumen untuk memilih. Proses ini termasuk mempertimbangkan dan menilai berbagai faktor sebelum menentukan pilihan terakhir. Pentingnya pemahaman tentang keputusan pembelian sangatlah penting bagi para pelaku bisnis agar mereka dapat berinteraksi secara aktif dalam melayani pelanggan dengan baik. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen lebih cenderung mempertimbangkan berbagai hal dalam memilih produk. Kualitas produk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas produk yaitu elemen penting dalam industri pakaian bekas atau thrift store. Kualitas yang baik mampu menaikkan daya tarik bagi para konsumen buat membeli barang tersebut, sebab mereka mencari pakaian bekas yang layak pakai dan sesuai dengan harapan mereka. Beberapa masalah umum seperti sobek, berlubang, pudarnya warna, rusaknya ritsleting atau kancing, dan keluarnya benang-benang perlu diidentifikasi dan diatasi sebelum produk bisa dijual. Tahapan *quality control* atau pengendalian kualitas sangat penting dalam proses penyortiran pakaian bekas.

Tahapan ini juga dilakukan oleh pihak Meltik store dimana pemeriksaan dilakukan secara teliti untuk memastikan bahwa pakaian yang ditawarkan kepada konsumen dalam kondisi yang baik. Setelah melalui tahapan penyortiran dan *quality control*, pakaian bekas juga harus dibersihkan dengan baik untuk menghilangkan bakteri, kuman, dan potensi penyakit lainnya yang mungkin ada pada pakaian bekas. Lalu pakaian tersebut dicuci hingga bersih, serta diberikan wewangian supaya pembeli lebih merasa nyaman untuk membeli dan memakai pakaian bekas ini. Apabila pelanggan merasa sifat pakaian bekas sama dengan barang baru di toko, pembeli akan mempertimbangkan

untuk memilih membeli pakaian baru di toko karena korelasi harga sangat penting. Terlepas dari kualitas produk yang menjadi tolok ukur bagi pembeli untuk membeli suatu barang, harga juga sebagai pelengkap yang mana konsumen akan membandingkan suatu produk dengan produk lainnya sebelum memilih untuk melakukan pembelian.

Menurut Lailatan Nugroho (2017), harga adalah banyaknya uang atau aspek lainnya pada satuan moneter dimana uang atau aspek tersebut memuat unsur utilitas yang dibutuhkan untuk memiliki suatu produk. Konsumen akan rela mengeluarkan uang untuk produk yang mereka butuhkan atau inginkan. Owner Meltik store mengatakan bahwa harga dari produk thrift pada store ini relatif terjangkau dikantong kansumen. Berikut daftar harga thrift yang ada di Meltik store:

Tabel 1. Perbandingan harga produk thrift pada Meltik store

Produk thrift	Harga
T-Shirt	Rp. 45.000
Kemeja	Rp. 50.000
Cardigan	Rp. 65.000
Sweater / Hoodie	Rp. 80.000
Celana Jeans	Rp. 100.000

*Sumber: Meltik store, 2023.*

Produk yang ditawarkan ditunjang oleh merek-merek yang cukup terkenal di masyarakat. Misalnya, Uniqlo, Zara, H&M, Dickies dan juga terdapat brand lain pada toko ini. Produk tersebut telah diiklankan dibanyak pasar online, serta di halaman media sosial mereka seperti Instagram. Bagi konsumen yang ini melakukan transaksi pembelian disediakan berbagai pilihan, bisa mengunjungi toko secara langsung atau melalui platform online seperti gojek. Alasan utama konsumen melakukan thrift adalah untuk memenuhi kepuasan mereka, karena melakukan thrift, konsumen dapat menemukan barang yang kualitasnya cukup baik dengan harga lebih rendah daripada produk baru, yang dapat membantu mereka menghemat uang. Penting untuk dicatat jika para pelanggan memiliki preferensi serta keinginan berbeda-beda pada produk thrift yang mereka cari. Beberapa konsumen mungkin lebih fokus pada harga yang murah dan rela mengorbankan sedikit kualitas, sementara yang lain lebih mengutamakan kualitas produk meskipun harganya lebih tinggi. Meltik store menyadari kebutuhan dan preferensi beragam ini dari konsumen mereka. Bagi sebagian konsumen Meltik store, mereka berharap bisa mendapatkan produk thrift yang menggabungkan kualitas produk yang baik dengan harga yang lebih terjangkau. Mereka ingin mendapatkan produk dengan nilai yang sebanding antara kualitas dan harga. Jika Meltik store dapat memenuhi harapan ini, mungkin konsumen dapat merasa lebih puas telah berbelanja ditoko tersebut.

Meutia et al., (2021), dalam penelitiannya menggunakan objek produk miniso, menyarankan untuk penelitian selanjutnya mampu mengeksplorasi objek yang lebih beragam, karena perubahan globalisasi bisa memperbesar bermacam-macam objek untuk diteliti agar memperoleh informasi lebih valid mengenai keputusan pembelian. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengambil objek yang lain untuk diteliti yaitu thrift pada Meltik store di Kota Gorontalo. Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti keputusan pembelian diantaranya Imaroh dan Novi (2022), menyarankan untuk dapat mengembangkan variabel lain untuk meneliti keputusan pembelian. Berlandaskan peneliti terdahulu diatas, membuat peneliti terdorong melakukan analisis tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Thrift pada Meltik store di Kota Gorontalo".

Menurut Gunawan (2022), keputusan pembelian adalah cara paling umum untuk memilih dan membeli barang atau layanan tertentu. Ini mencakup serangkaian langkah dan pertimbangan yang diambil oleh pembeli sebelum mereka mengambil pilihan mereka untuk membeli suatu barang. Terdapat empat indikator untuk mengukur keputusan pembelian (Meutia et al., 2021): Mengumpulkan berbagai informasi, Penyesuaian kebutuhan, Prioritas produk yang ingin dibeli, Kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan dari suatu barang ataupun layanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Kualitas dikatakan baik jika produk tersebut memberikan manfaat yang dijanjikan dan diharapkan oleh pelanggan. Produk dengan kualitas tinggi akan memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan, sementara produk dengan kualitas rendah cenderung menyebabkan ketidakpuasan dan mungkin menyebabkan pelanggan beralih ke produk pesaing. Terdapat lima indikator kualitas produk (Tjiptono, 2008): Kinerja (*Performance*), Keistimewaan (*Features*), Daya tahan (*Durability*), Estetika (*Asthetic*), Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*).

Harga merupakan total yang dibayarkan konsumen agar memperoleh nilai serta kegunaan dari produk maupun layanan. Artinya harga adalah kompensasi atau pembayaran yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan manfaat dan kegunaan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut (Vanessa dan Arifin, 2015). Terdapat empat indikator terkait harga (Amilia, 2017): Harga yang terjangkau, Keselarasan harga, Perang harga, Keselarasan harga dengan kegunaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Menurut Martoyo (2019), pendekatan kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang sangat identik dengan data-data numerical (angka) yang selanjutnya akan diolah menggunakan metode statistika yang digunakan untuk menganalisis pengaruh yang signifikan antara variabel dependen dan variabel independent. Sedangkan Menurut Silalahi (2015), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat mencari hubungan dua variabel atau lebih mengenai sebab akibat antar variabel independent dan dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk pada Meltik store di Kota Gorontalo. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu (Sugiyono, 2019). Dikarenakan jumlah populasinya belum diketahui secara pasti, maka untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan maupun acuan yang dikembangkan para ahli. Roscoe mengatakan jika penelitian yang dilakukan termasuk menggunakan analisis regresi multivariate (korelasi atau regresi berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti (Sugiyono, 2013). Berdasarkan perhitungan dari Roscoe maka sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = 10 \times (2X + 1Y)$$

$$n = 10 \times 3$$

$$n = 30 \text{ responden.}$$

Agar lebih meyakinkan dalam hasil penelitian ini nantinya, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 50 responden untuk lebih memfokuskan sampel yang nantinya benar-benar mewakili dari populasi maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampelnya.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Uji Validitas**

Ketentuan yang diterapkan dalam pengujian ini yaitu apabila nilai Rhitung > dari Rtabel maka instrument atau item-item pertanyaan dianggap valid. Pada variabel Kualitas Produk (X1), variabel Harga (X2) dan variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid dimana hasil pearson correlation menunjukkan bahwa nilai Rhitung lebih besar dari 0,05 sehingga peneliti menyimpulkan jika instrument yang digunakan adalah valid.

### **Uji Reliabilitas**

Dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach. Dalam hal ini instrument dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien Alpha Cronbach > 0,6 (Sugiyono, 2019).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Jumlah Pertanyaan</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Produk (X1)	0,902	10	Reliabel
Harga (X2)	0,897	8	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,842	8	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS, 2023.

Dalam hasil uji reliabilitas terlihat bahwa variabel Kualitas Produk (X1), variabel Harga (X2) dan variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa instrument yang digunakan pada variabel X1, X2 dan Y dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS**

**P-ISSN 2620-9551**

**E-ISSN 2622-1616**

***JAMBURA: Vol 6. No 3. Januari 2024***

**Website Jurnal: <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>**

---

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah variabel residual pada model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Sujarweni (2016). Pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov Test. Jika tingkat signifikansi > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91834789
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.101
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 <sup>c</sup>

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian diatas diperoleh nilai asymp.Sig sebesar 0,064 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ( $0,757 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa data yang dinyatakan memiliki distribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Sujarweni (2016). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Jika nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak terdapat Multikolinearitas diantara variabel independent.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.427	2.343
	Harga	.427	2.343

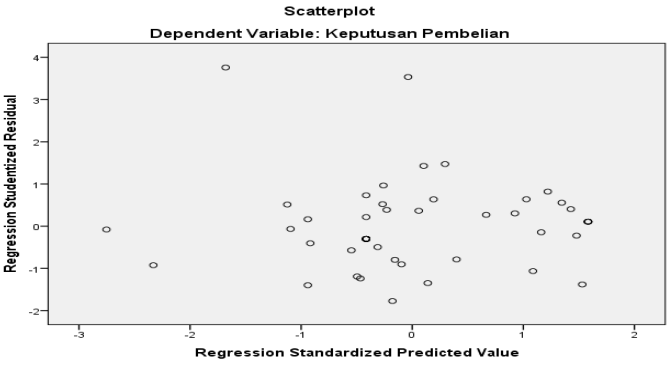
Sumber: Output Pengolahan Data SPSS, 2023.

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel kualitas produk (X1) dan Harga (X2) adalah 0,427 lebih besar dari 0,10. Sementara masing-masing variabel bebas mempunyai nilai VIF 2,343 < 10, sehingga dapat bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas pada variabel independennya.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan dalam varian dari residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah garis nol, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada gambar dibawah ini pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa

titik-titik menyebar diatas dan dibawah garis nol dan menunjukkan pola tidak ada yang jelas. sehingga dapat disimpulkan bahwa dilihat dari gambar tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model analisis regresi linear berganda dipilih oleh peneliti karena memang model regresi linear berganda ditujukan untuk meneliti lebih dari satu variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen (Santoso 2014).

Tabel 5. : Hasil Uji Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.723	2.381	
	Kualitas Produk	.187	.079	.249
	Harga	.668	.103	.679

Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan hasil analisis diatas, model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,723 + 0,187X1 + 0,668X2$$

**Hasil Pengujian Hipotesis**

**Uji Parsial (Uji-t)**

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa berpengaruh secara individual antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2021). Uji-t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dari variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) terhadap variabel terikat yakni Keputusan Pembelian dengan taraf signifikansi 5%. Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka hipotesis diterima. Diketahui bahwa nilai t hitung 2,381 > t tabel 2,012. Berdasarkan hasil tersebut maka H1 (kualitas produk terhadap keputusan pembelian) diterima. Diketahui nilai t hitung 6,486 > t tabel 2,012 maka H2 (harga terhadap keputusan pembelian) diterima.

**Uji Simultan (Uji-F)**

Uji F digunakan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Pengujian dilakukan dengan melihat kolom F dan nilai signifikansi yang terdapat dalam tabel anova. Nilai F tabel dihitung dengan rumus  $df1 = k - 1$  dan  $df2 = n - k$ . Dengan jumlah variabel (k) sebanyak 3 dan sampel (n) sebanyak 50, maka diperoleh  $df1 = 2$  dan  $df2 = 48$ . Dari tabel F distribusi dengan tingkat signifikansi 0,05 diperoleh nilai F tabel sebesar 3,20. Dari analisis data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	639.357	2	319.679	83.322
	Residual	180.323	47	3.837	
	Total	819.680	49		
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk					

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS, 2023.

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) dapat menjelaskan variabel dependen (Y) secara bersama-sama (simultan) Ghozali (2021). Nilai R<sup>2</sup> umumnya berada dalam rentang antara nol hingga satu ( $0 < R^2 < 1$ ).

Tabel 7. Uji Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 <sup>a</sup>	.780	.771	1.95874
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk				

Sumber: Output Pengolahan Data SPSS, 2023.

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,780 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga dalam menjelaskan keputusan pembelian sebesar 0,780 atau 78% sedangkan sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik store Di Kota Gorontalo

Berdasarkan hasil uji-t (parsial) menggunakan program SPSS 22, disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Meltik store di kota Gorontalo. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (p-value) sebesar  $0,021 < 0,05$  dan nilai thitung sebesar  $2,381 > 2,012$ . Karena nilai p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ( $0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian thrift pada Meltik store. Kualitas produk dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena konsumen cenderung menjadikan kualitas produk sebagai acuan dalam keputusan pembelian, hal tersebut sesuai dengan teori Tjiptono (2008), makin bagus kualitas yang ditawarkan Meltik store pada pembeli seperti menyediakan berbagai jenis produk, memiliki keistimewaan dibanding dengan produk ditempat lain, daya tahan produk yang awet, model pakaian yang sangat bervariasi dan sesuai standar kelayakan yang diharapkan konsumen dapat meningkatkan minat membeli produk di Meltik store.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachman dan Firmansyah (2022), dengan judul pengaruh kualitas produk, harga dan lifestyle terhadap keputusan pembelian di BadkidsWear surabaya. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk membeli pakaian bekas di BadkidsWear Surabaya. Karena pelanggan selalu memilih dan membeli produk yang kualitas produknya bernilai dan bagus.

### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik store Di Kota Gorontalo

Berdasarkan hasil uji t (parsial) menggunakan program SPSS 22, diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Meltik store di Kota Gorontalo. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (p-value) sebesar  $0,000 < 0,05$



dan nilai thitung sebesar  $6,486 > 2,012$ . Karena nilai p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian thrift di Meltik store. Harga dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian thrift pada Meltik store di Kota Gorontalo, hal tersebut sesuai dengan teori dari Amilia (2017), karena terdapat harga yang terjangkau pada setiap produk, dan harga yang sesuai dengan kualitas produk, harga yang lebih murah dibandingkan membeli barang serupa serta manfaat yang diperoleh dari harga membuat pembeli melakukan pembelian thrift di Meltik store.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Septia S. Diah (2020), dengan judul penelitian Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Souvenir Tenun Ikat NTT : Studi Kasus di Toko Ina Ndao 2 TDM Kupang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Souvenir Tenun Ikat NTT.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik store Di Kota Gorontalo**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan linear berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada meltik store di kota gorontalo. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi (p-value) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Fhitung sebesar  $83,322 > 3,20$ . Hal ini mengindikasikan bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Ini menunjukkan variabel kualitas produk dan variabel harga bersamaan mempengaruhi keputusan pembelian thrift pada Meltik store di Kota Gorontalo.

Harga dinyatakan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan kualitas produk. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien regresi yang menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai  $\beta$  sebesar 0,668 dibandingkan dengan variabel kualitas produk dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,187. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga lebih dominan berpengaruh pada keputusan pembelian dibandingkan variabel kualitas produk. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai R square sebesar 0,780 atau jika dibuat dalam bentuk persentase sama sebesar 78%. Dikatakan bahwa persentase pengaruh kualitas produk dan harga pada keputusan pembelian thrift pada meltik store di kota gorontalo sebesar 78% sedangkan sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian yang diteliti oleh peneliti.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rorong et., al (2021), dengan judul penelitian pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan sebesar 81% terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan. Sedangkan 19% sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan peneliti serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dari penampilan ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian thrift pada Meltik store di Kota Gorontalo, hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t (parsial).
2. Variabel harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian thrift pada Meltik store di Kota Gorontalo, hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t (parsial).
3. Variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian thrift pada Meltik store di Kota Gorontalo, hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji F (Simultan).

### **DAFTAR PUSTAKA**

Aditya, Suci, and Nur Andayani. 2023. "The Influence of Price, Promotion, and Product Quality on Purchasing Decisions for Batam Batik Products at Dekranasda Batam." (July 2020). doi: 10.4108/eai.5-10-2022.2325849.

- Bara, Marlon Batu, Gracia Risky, Ester Pakpahan, Evi Inriani Purba, and Ester Lasmarito Tobing. 2022. "THE INFLUENCE OF PRICE , PROMOTION , PRODUCT QUALITY ON ONLINE SHOP PURCHASING DECISIONS AMONG STUDENTS." 11(01):238-48.
- Dewi, Alifia Rosi Kumala, and Pontjo Bambang Mahargiono. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Thrift Shop Not Bad Secondhand." Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen 11(2):1-14.
- Dioh, Septia S. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Tenun Ikat NTT : Studi Kasus Di Toko Ina Ndao 2 TDM Kupang." Jurnal Bisnis & Manajemen 5 (01):46-53.
- Djafar, Novita, Irwan Yantu, Sudirman Sudirman, Raflin Hinely, and Roy Hasiru. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di CV.Mufidah Kota Gorontalo." Journal of Economic and Business Education 1(2):76-81.
- Ghozali, Imam. 2021. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21, Jakarta.
- Imaroh, Nunjiyatul, and Novi Marlana. 2022. "Pengaruh Brand Reputation Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram." Jurnal Manajemen 14(2):239-45. doi: 10.30872/jmmn.v14i2.11194.
- Kau, Melisawati, Andi Juanna, and Yulinda L. Ismail. 2022. "Pengaruh Faktor Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo)." Jambura 5(1):330-38.
- Latoki, Labandingi, Faigah A. Badjamal, Maulid Sakaria, Abdul Wahab, Eva Warta Pagisi, and Lita Selfiana. 2022. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENONTON DI XX1 PALU GRAND MALL KOTA PALU." 10(01):27-34.
- Malik, Annisa Safitri, Afrida Jayanti, and Vicky F. Sanjaya. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baju Thrift Di Shabira Store Kabupaten Tulang Bawang." Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking 1(2):95-102. doi: 10.25217/srikandi.v1i2.2019.
- Martoyo, Nanang. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Rajawali Pers.
- Masali, Nisa, Melizubaida Mahmud, Ardiansyah Ardiansyah, Usman Moonti, Irwan Yantu, and Sudirman Sudirman. 2023. "Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Dulomo Indah." Journal of Economic and Business Education 1(2):52-65. doi: 10.37479/jebe.v1i2.18080.
- Meutia, Kardinah Indrianna, Hadita Hadita, and Wirawan Widjarnarko. 2021. "Dampak Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso." Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review 2(2):75-87. doi: 10.37195/jtebr.v2i2.68.
- Palangit, Moh Owen, Rizan Machmud, and Andi Juanna. 2022. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Pada CV. Anugerah Utama Di Gorontalo." JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis 5(1):251-56.
- Pardede, Erlangga Razak, Ikhbal Akhmad, and Dwi Dewisri Kinasih. 2023. "PENGARUH TREND FASHION DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS IMPOR." 2(1):69-77.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2022 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Dilarang Impor. Jakarta.
- Putranto, Ivan, and Kartoni Kartoni. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Kunciran - Tangerang)." Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi 4(1):94-104. doi: 10.33753/mandiri.v4i1.107.
- Rachman, Achmad Z. M, M. Anang Firmansyah. 2022. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI BADKIDSWEAR

SURABAYA." 2(2):174-84.

- Rahmola, Melysa, Andi Juanna, and Zulfia K. Abdussamad. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jambura)* 5(1):275-84.
- Rizkila, Meliana, Adila Sosianika, and Arie Indra Gunawan. 2021. "Shopping Lifestyle Generasi Millennial Dalam Trend Preloved Fashion." *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* 12:4-5.
- Rorong, Gitania A., Lucky F. Tamengkel, Danny D. S. Mukuan, Program Studi, and Administrasi Bisnis. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Pasar Baru Langowan." *Productivity* 2(3):228-33.
- Santoso, Sianggih. 2014. *SPSS 22 From Essential To Expert Skills*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Sari, Rissa Mustika, and Prihartono. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise)." *Jimea* 4(1):106-13.
- Savira, *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, and V. S. N. Yulianti. 2022. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop." *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi* 1(1):110-18.
- Selvia, Mega, Altje L. Tumbel, and Woran Djemly. 2022. "The Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University." *Emba* 10(4):320-30.
- Setiawan, Bunayya Aisyah, and Farah Aulia. 2020. "Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Clothes Pada Mahasiswa Di Kota Padang." (2018):301-8.
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Social Kuantitatif*, Bandung: PT. Reifika Aditama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Dengan SPSS*, Yogyakarta: Pustaka Baru Pres