Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Planet Kids Di Kabupaten Mamuju

I Putu Widiana S¹ Ramli S² Nur Asia³

^{1, 2, 3.} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mamuju

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju. Hasil analisis untuk variabel kualitas produk (X_1), diperoleh nilai signifikan 0,000, dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan thitung $8,112 >$ ttabel 1,666. Hal ini berarti bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids. Hasil analisis untuk variabel harga (X_2), diperoleh nilai signifikan 0,004, dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,004 < 0,05$ dan thitung $5,001 >$ ttabel 1,666. Hal ini berarti harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.*

Copyright (c) 2023 I Putu Widiana S, Et.All.

✉ Corresponding author :

Email Address : putuw1747@gmail.com irvanramli@gmail.com nurasia32@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan model pakaian, karena adanya fashion akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi *trend center* di masyarakat. Produk pakaian termasuk produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka panjang karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun. Produk yang berkualitas dan memiliki ciri khas tersendiri menjadi pakaian yang banyak digemari oleh orang tua dalam memenuhi kebutuhan anaknya. Persaingan bisnis pada bidang penjualan pakaian anak di Kabupaten Mamuju menjadi ketat, hal ini dapat terlihat dari terdapatnya beberapa toko pakaian anak seperti Toko KDR Baru, Toko Ainun, Toko Ramayana dan Toko Planet Kids.

Masing-masing toko memiliki cara dalam menarik minat konsumen melakukan pembelian pakaian yang ditawarkan, sangat ketatnya persaingan terutama pada bidang pakaian anak, membuat pelaku usaha bersaing dalam menawarkan barang dagangan (produk yang dijual) dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang dijual oleh perusahaannya tersebut. Banyak pelaku usaha yang berusaha untuk menawarkan model pakaian terkini yang menggunakan bahan berkualitas, pembuatan desain secara khusus yang dipesan oleh toko demi memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen. Keputusan pembelian tergantung pada konsumen itu sendiri, mereka lebih memilih baju dengan harga yang tergolong mahal

atau harga murah namun berkualitas, hal tersebut sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan Feri Aditia Suhaji, (2014) dengan judul "Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju "Mint" di Counter Java Mall Semarang", dimana hasil penelitiannya menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Nurmadina, (2016) dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara On line di Makassar", dimana hasil penelitiannya menunjukkan kualitas produk, harga, lokasi dan perilaku konsumen produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nurul Hasanah Syah, (2017) "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kota Medan" dimana hasil penelitiannya menunjukkan Perilaku konsumen, harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Tjiptono, (2014:81) kesuksesan dalam persaingan akan dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan dapat mempertahankan konsumennya. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan tercapai. Dalam setiap kegiatan usaha, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan ditengah persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan bagi perusahaan sehingga keberlanjutan usaha dapat terlaksana sesuai perencanaan yang telah ditetapkan.

Menyikapi hal ini, pengusaha dibidang penjualan pakaian dituntut untuk selalu melakukan inovasi agar konsumennya tetap terjaga dan semakin meningkat. Kualitas produk pakaian dengan harga yang bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Menurut Kotler (2014:55) mengatakan identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari suasananya. Meskipun sebuah suasana toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan, suasana toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang dapat menunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ada didalamnya. Sedangkan menurut Tjiptono (2014:90) juga menambahkan bahwa dengan menunjukkan sebuah toko yang memiliki suasana yang baik dan elegan, maka toko tersebut dapat memberikan kesan sosial yang baik di mata konsumen, dan jika kesan positif tersebut berlangsung lama maka toko tersebut akan menjadi pilihan utama bagi konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli barang di toko tersebut.

Kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang pada akhirnya akan mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk atau tidak bahkan akan mempengaruhi jumlah pembelian dan pembelian berulang terhadap barang tersebut. Kualitas produk dan keragaman produk merupakan hal yang sangat penting untuk bersaing dipasaran. Perilaku konsumen dapat dilihat dari kebiasaan konsumen yang memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan berupa produk yang berkualitas yang dapat konsumen beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas dan kepuasan terhadap suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen, bila tidak konsumen

akan segera beralih kepada usaha pesaing yang menyuguhkan kelebihan produknya kepada konsumen.

Dari banyaknya toko pakaian anak yang ada di Kabupaten Mamuju memberikan penawaran produk pakaian dengan berbagai jenis dan merek pakaian, terutama pakaian untuk kebutuhan usia anak-anak, Toko Planet Kids mampu bertahan dalam menawarkan produk pakaian anak pada konsumen. Toko Planet Kids yang berlokasi di Jendral Sudirman Kabupaten Mamuju saat ini telah menjadi bagian yang dikunjungi oleh konsumen. Dari observasi yang dilakukan oleh penulis mendapatkan informasi bahwa Toko Planet Kids telah delapan Sembilan tahun menjalankan usaha toko pakaiannya, Toko Planet Kids menawarkan produk pakaian yang dominan untuk konsumen kalangan usia anak, pakaian yang ditawarkan seperti baju kaos oblong, kemeja, baju terusan gamis dan beberapa jenis pakaian muslim dan muslimah untuk usia anak laki-laki maupun perempuan.

Fenomena yang menarik untuk diteliti pada Toko Toko Planet Kids dimana setiap hari konsumen yang melakukan penawaran dan pembelian pakaian paling sedikit lima orang konsumen, dimana menurut karyawan yang dipekerjakan pada Toko Planet Kids memberikan pernyataan bahwa konsumen dominan melakukan pembelian pakaian karena telah mengetahui pakaian yang konsumen inginkan sebelumnya sehingga proses pembeliannya lebih efektif, terdapat pula perilaku konsumen yang selalu mencari informasi sebelum melakukan pembelian pakaian, seperti bertanya harga dan kualitas dari produk pakaian tersebut, setelah mendapatkan informasi yang dianggap menarik baru konsumen tersebut melakukan pembelian pakaian yang dinginkannya.

Selain pernyataan di atas keputusan pembelian pada umumnya dipengaruhi dari merek pakaian yang paling disukai oleh orang tua anak dengan pertimbangan harga yang diharapkan sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan. Tingkah laku konsumen pasca pembelian, tahap dari proses keputusan pembelian, yaitu konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas sehingga menentukan perilaku konsumen merasa puas atau tidak puas dengan suatu pembelian terletak pada hubungan antara harapan konsumen dengan prestasi yang diterima dari produk yang dibutuhkan konsumen.

Berdasarkan realita dan penjelasan di atas merupakan suatu hal yang menarik bagi peneliti ingin mengembangkan lebih jauh mengenai: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids, Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids, Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yakni dengan menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian seluruh konsumen Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju dengan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terbatas, sampel yang digunakan dengan teknik

Probability Sampling, dan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan metode *Chocran* dengan jumlah sampel 75 responden. Rumus yang dalam penelitian ini menggunakan, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, dan Uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Dekripsi Identitas Responden

Responden yang melakukan pengisian kuesioner penelitian merupakan konsumen yang membeli pada Rumah Makan Minza Kabupaten Mamuju sebanyak 96 responden yang diuraikan menurut jenis kelamin, usia, dan jenjang pendidikan, sebagai berikut:

Table 1. Data Demografi

Variable	Measurement	n	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	55	73.33
	Perempuan	20	26.67
Menurut Usia	21 s/d 30 Tahun	19	25.33
	31 s/d 40 Tahun	32	42.67
	41 s/d 50 Tahun	24	32.0
Jenjang Pendidikan	Sarjana	49	65.33
	SMA	15	20.0
	SLTP	11	14.67

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 1, deskriptif jenis kelamin responden, terlihat bahwa distribusi responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 55 responden dengan persentase (73,33%) dan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 responden dengan persentase (26,67%). Berdasarkan deskriptif usia responden, distribusi responden menurut usia 21-30 tahun sama sebanyak 19 responden dengan persentase (25,33%), usia 31-40 tahun sebanyak 32 responden dengan persentase (42,67%), usia 41-50 tahun sebanyak 24 responden dengan persentase (32,00%). Berdasarkan deskriptif jenjang pendidikan responden, distribusi responden yang berpendidikan sarjana sebanyak 49 responden dengan persentase (65,33%), yang berpendidikan SMA sederajat sebanyak 15 responden dengan persentase (20,00%), yang berpendidikan SLTP sederajat sebanyak 11 responden dengan persentase (14,67%).

B. Pengujian Kualitas Data Penelitian

Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan *Pearson Correlation* (r_{hitung}) dengan *Product Moment* (r_{tabel}), tingkat signifikansi yang digunakan penelitian ini 0,05. r_{hitung} dilihat dari *Output Pearson Correlation* dari SPSS, r_{tabel} dilihat dari tabel distribusi r, namun yang harus diketahui terlebih dahulu adalah derajat kebebasan atau *Degree off Freedom* lalu dikombinasikan dengan tingkat signifikansi penelitian yang digunakan. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1	Pernyataan X1.1	0,611	0,1914	Valid
2	Pernyataan X1.2	0,421	0,1914	Valid
3	Pernyataan X1.3	0,434	0,1914	Valid
4	Pernyataan X1.4	0,612	0,1914	Valid

5	Pernyataan X2.1	0,622	0,1914	Valid
6	Pernyataan X2.2	0,642	0,1914	Valid
7	Pernyataan X2.3	0,432	0,1914	Valid
8	Pernyataan X2.4	0,503	0,1914	Valid
9	Pernyataan Y.1	0,752	0,1914	Valid
10	Pernyataan Y.2	0,451	0,1914	Valid
11	Pernyataan Y.3	0,533	0,1914	Valid
12	Pernyataan Y.4	0,652	0,1914	Valid

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023.

Merujuk hasil pengujian validitas instrumen penelitian pada tabel 2, disimpulkan setiap butir pernyataan variabel independent (X) promosi dan kualitas produk serta variabel dependen (Y) keputusan pembelian, memiliki nilai *Pearson Correlation* (r_{hitung}) Lebih besar dari pada *Product Moment* (r_{tabel}) dengan nilai 0,201. Artinya seluruh instrumen yang diajukan memenuhi syarat dan dinyatakan valid.

Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas variabel penelitian dilakukan untuk memastikan konsistensi pernyataan dalam tiap butir indikator variabel yang diajukan dalam kuesioner. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel, konsisten atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun hasil uji reliabilitas variabel penelitian:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,741	Reliabel
Harga (X2)	0,711	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,690	Reliabel

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023.

Hasil pengujian reliabilitas tabel 3 menunjukkan seluruh item pernyataan variabel independent dan variabel dependent memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari *cronbach's alpha standar* (0,60), sehingga dinyatakan semua variabel yang diajukan terbilang handal dan konsisten.

Selanjutnya dilakukan pengujian regresi linear berganda dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji keeratan hubungan variabel independent terhadap variabel dependent. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Software IBM SPSS (Statistical Package for Social Science)* versi 24. Uraian hasil pengolahan data persamaan regresi linear berganda pada penelitian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.147	0.745		0.263	1.216
	Kualitas Produk	0.501	0.507	0.502	8.112	0.000
	Harga	0.331	0.347	0.282	5.001	0.004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : *Data Primer Setelah Diolah Menggunakan SPSS Tahun 2023.*

Merujuk analisis data tabel 4, terkait Analisis Regresi Linear Berganda *output* SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24, diperoleh persamaan:

$$Y = 1.147 + 0.501X_1 + 0.331 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, di interpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pada persamaan regresi linear berganda sebesar 1.147 yang artinya bahwa jika nilai variabel kualitas produk dan harga dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju adalah sebesar 1.147.
2. $b_1 = 0.501$, yang artinya bahwa jika variabel kualitas produk meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 0.501 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.
3. $b_2 = 0.331$, yang artinya bahwa jika variabel harga meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju akan meningkat sebesar 0.331 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau dalam kondisi konstan.

Selanjutnya dilakukan pengujian secara parsial dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh secara individu variabel independent terhadap variabel dependent. Kriteria pengambilan keputusannya dengan cara membandingkan nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Adapun hasil dari pengujian hipotesis secara parsial (uji statistik t), sebagai berikut:

1. Hasil analisis untuk variabel kualitas produk (X_1), diperoleh nilai signifikan 0,000, dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 8,112 > t_{tabel} 1,666$. Hal ini berarti bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids.
2. Hasil analisis untuk variabel harga (X_2), diperoleh nilai signifikan 0,004, dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,004 < 0,05$ dan $t_{hitung} 5,001 > t_{tabel} 1,666$. Hal ini berarti harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju.

Tahapan selanjutnya dilakukan pengujian statistik secara simultan atau pengujian secara serempak dilakukan dengan tujuan menggambarkan semua kemampuan variabel independent dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh serempak terhadap variabel dependent. Kriteria pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} . taraf signifikansi yang digunakan 5% atau 0,05. Adapun hasil dari pengujian pengujian statistik secara simultan (uji statistik f), sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Secara Simultan Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.648	3	15.883	17.147	0.000
	Residual	115.698	71	11.630		
	Total	166.347	74			

Sumber : *Data Primer Diolah Menggunakan SPSS Versi 24, 2023.*

Hasil pengujian simultan variabel lokasi dan promosi pada tabel 5, nilai signifikan 0,000, dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dapat diketahui bahwa tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, $F_{hitung} 17,147 > F_{tabel} = 2,74$. Maka hal ini berarti bahwa secara empiris data mendukung hipotesis yang diajukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka sebagai kesimpulan dan hasil penelitian diperoleh: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8,112 > 1,666$, dengan demikian hipotesis diterima. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,001 > 1,666$, dengan demikian hipotesis diterima. Variabel kualitas produk yang paling dominan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju, karena nilai signifikannya paling kecil yaitu 0,000 dengan nilai beta paling tinggi yaitu 0.501.

Beberapa saran yang dapat diajukan berkaitan dengan simpulan yaitu: Diharapkan agar tetap menjaga kualitas produk dan penetapan harga yang telah sesuai dengan harapan konsumen, karena hal tersebut dapat memberikan motivasi bagi konsumen dalam melakukan pembelian pakaian. Disarankan bagi pemilik Toko Planet Kids di Kabupaten Mamuju untuk banyak mencari informasi jenis dan model pakaian sebagai cara untuk mengetahui perilaku konsumen dalam melakukan pembelian pakaian. Untuk peneliti yang akan datang, yang mengambil masalah penelitian yang sama atau relevan, disarankan untuk menambah variabel atau menggunakan variabel lain, sebab dalam penelitian ini masih terdapat faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian

Referensi :

- Feri Aditia Suhaji, (2014) *Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju "Mint" di Counter Java Mall Semarang*. Jurnal Ekonomi Bisnis ISSN 2204-2241. Vol 01. No 15 Desember 2013. Hal 11-12.
- Nurmadina, (2016) *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara On line di Makassar*. Jurnal Manajemen ISSN 3472-281. Vol 02. No 05 Maret 2016. Hal 26-29.

- Nurul Hasanah Syah, (2017) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kota Medan*. Jurnal Manajemen ISSN 1112-2441. Vol 04. No 17 juni 2015. Hal 27-30.
- Swastha Basu, 2012. *Manajemen Penjualan Cetakan Kedua*, Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta
- Tjiptono Fandy, 2012. *Service, Quality Satisfaction Cetakan Kedua*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Tim Penyusun, 2015. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi*. LP3M. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Mamuju