



PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BURSA CAKAR PASAR MINASA MAUPA DI KABUPATEN GOWA

Nouval Indratul Akbar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

Email: ruangekspresiofficial@gmail.com

Keywords:

Price, Product
Quality, Purchase
Decision

Abstract

This research is a type of research that is quantitative in nature with the aim of knowing the effect of price and quality on purchasing decisions at the Minasa Maupa Cakar Market Market in Gowa Regency. The population in this study are consumers of the Minasa Maupa Pasar Claw Exchange in Gowa Regency. The population size is large and it is not known with certainty, the Malthotra formula was used to determine the sample size, namely 120 respondents. The type of data used in this research is quantitative data obtained from distributed questionnaires and is related to the problem being studied. Data collection was carried out by observation and distribution of questionnaires. In this research, the data sources used in data collection include primary data and secondary data. The research instrument used in this study used the Likert scale method. Based on the results of the study using statistical calculations through the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 29 application concerning the effect of price and product quality on purchasing decisions at the Minasa Maupa Market Claw Exchange in Gowa Regency, the authors draw an important conclusion that price has a positive and significant effect on purchasing decisions and product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Existing prices must be more adjusted to people's purchasing power and product quality must be maintained.

Kata Kunci

Harga, Kualitas
Produk, Keputusan
Pembelian

Abstrak

Penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian pada Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa. Jumlah populasinya yang besar dan belum diketahui secara pasti maka digunakan rumus Malthotra untuk menentukan jumlah sampel yaitu sebanyak 120 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 29 mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa, maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang ada harus lebih menyesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat dan kualitas produk kualitasnya harus dipertahankan.

1. PENDAHULUAN

Maraknya produk Pakaian import saat ini sedang memenuhi pemasaran di Indonesia. Salah satu produk yang sangat diminati oleh masyarakat adalah pakaian bekas import. Maraknya penjualan pakaian bekas import di Indonesia dikarenakan nilai barang import dianggap lebih berkualitas dan murah dibandingkan dengan produk lokal. Selain murah, juga berpeluang mendapatkan pakaian yang bermerek ternama yang masih layak di pakai. Saat akan melakukan suatu pembelian, konsumen tidak segan untuk memikirkan apakah produk yang akan dibeli sesuai atau tidak dengan yang diinginkan dan melakukan segala pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk, (Kotler, 2016)

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen dimana benar-benar membeli (Amstrong K. &, 2012). keputusan pembelian diartikan sebagai tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk. Saat akan melakukan suatu pembelian, konsumen tidak segan untuk memikirkan apakah produk yang akan dibeli sesuai atau tidak dengan yang diinginkan. Karena banyaknya pilihan yang diwarnakan sehingga biasanya konsumen akan kebingungan untuk menentukan pilihan, (Kotler, 2016)

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa, artinya harga merupakan sejumlah uang atau alat tukar yang diberikan konsumen kepada penjual untuk memperoleh keinginan dan kebutuhan konsumen (Kotler, 2021)

Kualitas produk merupakan karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, (Amstrong, 2014) dalam Rosnaini (2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rissa Mustika Sari, 2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif serta signifikan pada keputusan pembelian.

Pasar Minasa Maupa merupakan salah satu pasar besar yang menjadi lokasi bursa cakar atau penjualan pakaian bekas import. Bursa Cakar Minasa maupa itu sendiri terletak di lantai 2, Pasar Induk Minasa maupa, Sungguminasa, Kec. Somba Opu, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Di sana menjual pakaian bekas, Pakaian bekas yang diperjualbelikan tersebut layak pakai dan juga kualitasnya bagus bahkan ada yang seperti baru karna pakaian yang dijual di pasar tersebut sebelumnya sudah disortir dan dipilih kualitas yang paling bagus untuk dibeli dari pengepul dan diperjualbelikan lagi di bursa cakar minasa maupa. terlebih lagi pakaian tersebut bermerek terkenal seperti merek Champion, Polo, Dickies, Nike, Adidas dll. yang dimana merek-merek seperti itu yang banyak peminatnya. Pakaian yang diperjualbelikan ialah pakaian seperti (jaket, celana panjang, celana pendek, kemeja, t-shirt, kaos, sweater, kemeja, tas, baju hangat, dress, rok, atasan, dll).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Bursa Cakar Pasar Konsumen terkadang membandingkan kualitas dicakar yang berikan tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan karena harga yang berfluktuasi. Adapun faktor lainnya yaitu munculnya beberapa tempat bursa cakar di kabupaten gowa dan kota makassar yang menjadi pembanding antara harga dan kualitas produk yang ada di pasar minasa maupa dengan bursa cakar tempat lain yang cenderung lebih murah. Hal itu yang menjadikan alasan konsumen memiliki minat yang rendah untuk melakukan keputusan pembelian, sehingga terjadi adanya indikasi rendahnya keputusan pembelian pada bursa cakar di pasar Minasa Maupa. Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini dapat menyelesaikan masalah bagaimana meningkatkan keputusan pembelian konsumen pakaian bekas di Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikategorikan kepada jenis penelitian kuantitatif . Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bersifat asosiatif berarti melihat dan menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Dalam penelitian ini, variabel diukur menggunakan lembar tertulis berupa kuesioner yang berisi pernyataan dengan tujuan memperoleh data untuk kemudian digunakan dalam menganalisis variabel penelitian. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.

Dalam penelitian ini menggunakan 120 sampel ditentukan menggunakan rumus Malhotra. Dan Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji f (uji model), uji koefisien determinasi,

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan setelah menghasilkan data jawaban responden yang dihasilkan dari kuesioner yang telah disebar. Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu SPSS 29 dengan menggunakan Corrected item Total Correlation besar dari r tabel. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya 5% atau 0,05 yang menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sah/valid sebagai pembentuk indikator. Pada penelitian ini terdapat 120 responden yang telah mengisi kuesioner. Berdasarkan jumlah responden, diketahui bahwa r-tabel untuk uji validitas sebesar 0,179 yang di diperoleh dari $df = (N-2)$ atau $df = 120-2 = 118 = 0,179$. Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan terdapat 2 variabel independen dan 1 variabel dependen yang menjadi bahan penelitian. Dari variabel yang diteliti tersebut memiliki beberapa item pertanyaan. Hasil dari masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel, baik independen maupun dependen didapatkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel maka datanya yang didapat di lapangan dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil analisis uji reabilitas dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel harga sebesar 0.834, kualitas produk 0.879 dan variabel keputusan pembelian sebesar 0.893 yang menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena koefisien reliabel $> 0,60$

Berdasarkan hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai VIF harga (X1) dan kualitas produk (X2) adalah $2,097 < 10$ dan nilai tolerance value $0,477 > 0,1$ maka data tersebut dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan perhitungan uji heterokedastisitas pada gambar 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dari kriteria tersebut dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $102,905 > 3,07$. Nilai F tabel adalah $F(k ; n-k) = (2 ; 118) = 3,07$. Maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3.07. Berdasarkan nilai signifikan $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa harga model regresi yang dibangun atau diteliti menggambarkan fakta di tempat penelitian atau dapat digeneralisasikan di tempat penelitian

Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.13 yang menunjukkan nilai R Square sebesar 0,638 artinya model menggambarkan fakta sebesar 63,8%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa harga (X1) dan kualitas produk (X2)

memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 63,8%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 63,8\% = 36,2\%$ merupakan keterbatasan alat ukur serta error peneliti dalam mengungkapkan fakta

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pakaian bekas atau cakar di Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pakaian bekas atau cakar dinyatakan diterima. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gitania A. Rorong et al., 2021) yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di Pasar Baru Langowan.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda yang terdapat pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk pakaian bekas atau cakar di Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk pakaian bekas atau cakar dinyatakan diterima. Hasil penelitian ini bersamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Rara Amiati, (2022) yang berjudul “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pakaian bekas (thrifting) di pasar angso duo kota jambi dalam perspektif ekonomi islam”. Menunjukkan bahwa harga, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (thrifting) di pasar Angso Duo Kota Jambi.

Dari hasil penelitian ini, kualitas produk menjadi faktor pendorong konsumen dalam membeli pakaian bekas atau cakar. Kualitas produk berhubungan dengan penilaian terhadap produk untuk memenuhi harapan konsumen, semakin bagus kualitas produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian pada konsumen Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa.

4. KESIMPULAN

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05.

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05.

5. REFERENSI

- Amiati, D. R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) Di Pasar Angso Duo Kota Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Amstrong, G. &. (2012). Dasar Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Anoraga, P. (2004). Manajemen Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Arwita Dwi Andriani, C. M. (2022, 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*, 2, 194-207.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budi Rahayu, T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udaya.
- Ghozali. (2018). analisis kebijakan pembentukan sovereign wealth fund di indonesia. bekasi: fakultas presiden jababeka.
- Gitania A. Rorong, L. F. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2, 228-233.
- Ihsan, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Toko Banjar Second Banjarmasin.
- Irdha Yusra, R. N. (2020). Pengaruh kualitas produk, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada cafe kinol bistro n'poll di kota padang.
- Ismawati, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kaos Di Distro Molotof Merc (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Issalillah, F. &. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Vitamin C.
- Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler. (2016). Minat beli Konsumen. Artikel cendekiawan, 234.
- Kotler, A. (2012). . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra. (2006). Rumus Malhotra. 291.
- Mega Selvia, A. L. (2022, Oktober). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal EMBA*, 10, 320-330.
- Novita Anggraini, Q. B. (2020). Pengaruh promosi, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek produk rabbani di palembang.
- Philip, K. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11, Jilid 2,. Jakarta: Terjemahan PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Rahmayanti, N. M. (2021). Pengaruh brand image, harga, dan fashion lifestyle terhadap keputusan pembelian pakaian branded preloved di thriftshop online instagram: studi kasus pada konsumen@ rilyshop di kota Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Rissa Mustika Sari, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi, 5, 1171-1184.
- Riyanto. (2011). Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Rorong, G. A. (n.d.).). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan. Productivity, 2(3), 228-233.
- Sari, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second di Pasar Jongkok (pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Sarjita. (2019). Pengaruh promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan. VI (2), 80-93.
- Saylendra, W. (. (2022). Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pakaian Second Di Pasar Beringharjo DI Yogyakarta.
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan . Jakarta: Prenada Media.
- Sri Mulyati, U. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP iPhone.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). metode penelitian kombinasi. bandung: alfabeta.