

# **MENGETAHUI PENGARUH KUALITAS DAN MEREK PRODUK TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN BEKAS IMPOR**

**Robi Wijaya<sup>1</sup>, Andung Jati Nugroho<sup>2</sup>**

E-mail: robywijya@gmail.com<sup>1</sup>, andungjnugroho@gmail.com<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains & Teknologi  
Universitas Teknologi Yogyakarta

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor di Wilayah DI Yogyakarta, Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen pakaian bekas di wilayah DI Yogyakarta. Pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang dipilih sesuai dengan persyaratan yang ditentukan sendiri oleh peneliti. Sampel yang digunakan berjumlah 79 responden konsumen Pakaian Bekas Impor di Wilayah DI Yogyakarta. Hasil penelitian ini menggunakan aplikasi *software* SPSS. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji regresi berganda, uji parsial, uji simultan dan uji determinasi. Model persamaan regresi linier berganda yang dapat dirumuskan adalah  $Y = 12,405 + 0,287X_1 + -0,139X_2 + e$  terdapat hasil dari perhitungan menggunakan *software* SPSS, nilai dari kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar 0,287 dan nilai merek ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebesar -0,139. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Merek ( $X_2$ ) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Kualitas Produk dan Merek berpengaruh sebesar 10,2% sisanya yaitu sebesar 89,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas produk, Merek, Keputusan Pembelian

## **KNOWING THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND ON INTEREST IN BUYING IMPORTED USED CLOTHES**

### **ABSTRACT**

This study aims to determine product quality and brand effect on purchasing decisions for used clothing imports in the DI Yogyakarta region. This study uses quantitative methods. The population of this study is used clothing consumers in the DI Yogyakarta region. The sample was collected using purposive sampling, namely the sampling method selected per the requirements determined by the researcher himself. The sample used is 79 consumer respondents of Imported Used Clothing in the DI Yogyakarta Region. The results of this study use the SPSS software application. The data analysis techniques used in this research are validity, reliability, multiple regression, partial, simultaneous, and determination. The multiple linear regression equation models that can be formulated is  $Y = 12.405 + 0.287X_1 + -0.139X_2 + e$ . There are results from calculations using SPSS software, the value of product quality (X1) on purchasing decisions (Y) is 0.287 and brand value (X2) on purchasing decisions (Y) of -0.139. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, and brands have no partial effect on purchasing decisions. Product Quality (X1) and Brand (X2) together (simultaneously) affect the Purchase Decision (Y). Product and Brand Quality affects 10.2%, and the remaining 89.8% is explained by other variables not discussed in this study.

**Keywords:** Product quality, Brand, Purchase Decision

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., & Wijayanti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember) 2528-0570. *Jurnal Penelitian Ipteks*, Vol.3 No.2(2), 186–196.
- Amalia, S., & Asmara Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Deisy Malonda, Lopian Joyce, M. Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.
- Dewi, N. M. I. K., Widiati, I. A. P., & Utama, I. N. (2020). Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor bagi Konsumen di Kota Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 1(1), 216–221.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D., & Davis. (2006). *Pengantar Manajemen Mutu 2* (Edisi Baha). PT. Prenhallindo.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua. Edisi Kesebelas*. PT. Indeks.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniawan, B. (2022). Pengaruh Produk, Harga dan Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli ( Studi Kasus Pada Toko Pakaian Bekas Thriftdulduldul ). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Markoni, & Badri. (2011). Mempertahankan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista di Senja Coffee and Memories Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis Ke-VI*.

- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(2), 508–516.
- Nazarrudin, I., & Basuki, A. T. (2015). *Analisis dengan SPSS* (Edisi Pert). Danisa Media, Banyumeneng, V/15 Banyuraden, Gamping, Sleman.
- Nilam Kencana, P., & Nurwita. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT SHAZA FOOD (Studi Kaasus di Area Tangerang Selatan) *15*(10), 5531–5536.
- Rorong A, G., Tamengkel F, L., & Mukuan M.S, D. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228–233.
- Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.
- Saputra, S., Putri, E. D. H., & Hakim, M. F. N. (2020). Senja Coffee and Memories Yogyakarta. *Mempertahankan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Barista Di Senja Coffe and Memories Yogyakarta*, 7(1).
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. PT. Indeks Gramedia.
- Silalahi, R. Y. B., & Susantri, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari. *Jurnal Elektronik REKAMAN*, 2(2598–8107), 83–94.
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85.
- Supryanita, R., Gepindra, & Kemala, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Dan Gaya Hidup Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Pakaian Pada Ikatan Mahasiswa Dhamasraya Di Bukittinggi. *Jurnal Profita:*

*Akuntansi Dan Bisnis*, 2(November 2021), 94–114.

Tjiptono, F. (2008b). *Strategi Pemasaran*. ANDI.