

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PAKAIAN BEKAS DI *TRIFH SHOP*  
(STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN 2019-2022 UNITRI  
MALANG)**

**SKRIPSI**



**OLEH  
OSNI ELISA ATE  
2019120069**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
FAKULTAS EKONOMI  
MALANG  
2023**

## RINGKASAN

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan manusia semakin berbeda, kebutuhan dan keinginan, masyarakat terus berkembang, sehingga individu sulit untuk mengenali kebutuhan esensial dan kebutuhan tambahan. Mencari tahu apakah tujuan mahasiswa manajemen Unitri Malang melakukan pembelian pakaian bekas di toko barang bekas antara tahun 2019 dan 2022 berdasarkan kebahagiaan pelanggan, harga, dan kualitas produk. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Penelitian ini menggunakan 948 mahasiswa aktif di Unitri Malang sebagai data populasi primer dan menggunakan metode purposive sampling dan pendekatan non-probability sampling sebagai populasi sampel. Untuk menganalisis data penelitian ini, digunakan analisis regresi linier berganda, uji t untuk signifikansi parsial, uji f untuk pengujian hipotesis signifikan simultan, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Sebaliknya, kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen semuanya memiliki pengaruh yang sama (bersamaan) terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Trif, Mahasiswa Manajemen Unitri Malang. (Uji F), dan koefisien R square untuk uji ( $R^2$ ) sebesar 0,796. Hal ini menunjukkan bahwa 79,6% variabel bebas dan faktor luar mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli pakaian bekas di toko barang bekas mahasiswa manajemen Unitri Malang tahun pelajaran 2019–2022.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Pakaian, Produk, Dan Harga

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Karena ekspektasi dan aspirasi masyarakat terus berubah dan kebutuhan manusia menjadi lebih rumit, banyak orang saat ini merasa sulit untuk membedakan antara kebutuhan primer dan sekunder. Karena penggunaan yang berlebihan, masyarakat kontemporer berpikir bahwa itu harus diubah agar sesuai dengan zaman modern, yang mengharuskan penyesuaian pada benda-benda yang lumrah seperti pakaian. Busana merupakan salah satu barang yang selalu digunakan oleh masyarakat.

Khususnya di kota Malang, menjamurnya toko-toko yang menjual pakaian lusuh dengan berbagai konsep dan ide yang dihadirkan untuk menarik konsumen dalam berbelanja menyebabkan peningkatan barang-barang pakaian jadi impor. Ada berapa toko *thrift shop* yang sering dikunjungi mahasiswa Unutri Malang dan masyarakat sekitar yaitu di *thrift* toko Melati, Gombal- gambil dan Joses *shop*. Penggemar atau pelanggan dapat membeli pakaian merek populer yang masih bisa dipakai selain dengan harga yang wajar. Jika dibandingkan dengan pakaian baru, tidak ada perbedaan dalam hal biaya, kualitas, atau daya tahan pakai. Pelanggan dengan demikian bisa mendapatkan pakaian luar negeri lama tertentu dengan kualitas yang tidak jauh berbeda dengan pakaian baru untuk harga pakaian tersebut. Dengan adanya berbagai persaingan bisnis di bidang pakain bekas, di *trifh shop* salah satu cara dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Karena kesan pertama yang diperhatikan konsumen adalah kualitas. Kualitas produk, menurut Dita Putri Anggraini dkk. (2016), adalah totalitas atribut produk yang memungkinkannya memenuhi harapan konsumen sekaligus mampu memenuhi permintaan pelanggan.

Harga adalah jumlah yang bersedia dibayar oleh klien sebagai imbalan atas keuntungan menggunakan suatu produk (Priansa, 2017). Harga juga mengacu pada jumlah yang dibutuhkan untuk membeli semua barang atau jasa yang berbeda (dalam bentuk uang atau barang lainnya,

yang sesuai). (M. Fuad, dkk, 2000: 129). Saat memilih produk untuk dibeli, konsumen mengatakan bahwa faktor biaya paling menarik bagi mereka. Biasanya, ada hubungan terbalik antara permintaan dan harga. Dengan kata lain, lebih sedikit orang yang akan membeli sesuatu karena harganya naik.

Pelanggan akan ragu untuk membeli pakaian baru di toko jika mereka yakin pakaian bekas memiliki kualitas yang setara dengan pakaian baru karena perbedaan harga yang cukup besar. Karena modal pakaian tidak dapat dipasarkan dan mayoritas pakaian bekas diproduksi oleh perusahaan asing ternama, maka penggunaan pakaian bekas merupakan salah satu cara bagi masyarakat untuk mengembangkan gaya pribadi yang unik. Di sisi lain, pakaian bekas harganya terjangkau, menghemat uang. Pakaian bekas, yang meliputi pakaian yang sudah dipakai sebelumnya, diimpor dari negara-negara seperti Singapura, Malaysia, China, dan Korea.

Sehubungan dengan teori dan penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Toko Thrift”. (Studi Pada Mahasiswa Manajemen 2019-2022 Unitri Malang)

## **1.2 Rumusan Masalah**

Masalah-masalah dalam penelitian ini tercantum sebagai berikut sehubungan dengan informasi latar belakang yang ditunjukkan di atas:

- 1) Apakah keputusan *trifh shop* untuk membeli pakaian bekas sebagian tergantung pada kualitas produknya?
- 2) Apakah harga toko *trifh shop* mempengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas?
- 3) Apakah keputusan toko *trifh shop* untuk menjual pakaian bekas sebagian bergantung pada seberapa puas pelanggannya?
- 4) Apakah pilihan untuk membeli pakaian bekas bergantung pada biayanya, tingkat pengerjaan barang tersebut, dan kebahagiaan pelanggan secara keseluruhan?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian berikut dapat diartikulasikan menggunakan bahasa masalah yang disebutkan di atas:

- 1) Untuk memastikan apakah pemilihan pakaian bekas toko *trifh shop* sebagian dipengaruhi oleh kualitas produk.
- 2) Untuk memastikan sejauh mana harga mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli pakaian bekas dari toko barang bekas.
- 3) Untuk memastikan bagaimana keputusan konsumen untuk membeli pakaian bekas dari toko barang bekas dipengaruhi oleh kepuasan harga.
- 4) untuk mempelajari bagaimana keputusan membeli pakaian bekas dipengaruhi oleh biaya, kondisi barang, dan kenikmatan klien toko barang bekas..

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1. Sisi Akademik

Diharapkan temuan penelitian ini akan menjelaskan faktor-faktor seperti kepuasan konsumen dengan pembelian pakaian bekas dari toko barang bekas, harga, dan kualitas produk.

#### 2. Sisi Praktis

##### 1) Untuk penulis

Penulis karya ini berharap karya ini akan bermanfaat jika dapat digunakan sebagai bahan ajar dan sumber informasi tentang pengalaman kuliahnya yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

- 2) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data yang akan memungkinkan peneliti untuk menyarankan cara bagi peneliti lain untuk memperbaiki pekerjaan mereka sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Lili dan Donni Judi. (2017). Manajemen Komunikasi dan Pemasaran. Bandung: Alfabeta. 2 pages*
- Agussalim., & Ali, H. (2017). Jurnal Manajemen Universitas Tarumanagara. Vol.21 No.3. Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan pada Giant Citra Raya Tangerang, 317-335.
- Alida, Palilati, Nur (2016) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Bekas di Kota Kendari*
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. KINERJA, 13(2), 99–118.
- Andriani, Sri H (2021) Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Impor Bekas di tempat Biasa Thrift Store Surabaya*
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 16(2).
- Assauri, Sofjan.(2009). Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada.Jakarta.
- Danang, Sunyoto. (2013). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dita Putri Anggraeni, et al. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 37 No. 1.
- Fandy Tjiptono, (2008) .Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fandy Tjiptono. (2012), Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fuad, Sugiarto, Nurlela, H. (2000). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia. 272 hal.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Habibah, Ummu dan Sumiati. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 1 No. 1 (Maret 2016) 31-48.
- Kotler Philip, Amstrong Gary.( 2013), Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.

Ifiana Nur Aisyah, Farah Nada Pinkan, Prames Berliana Danianta (2022),  
Pengaruh Pengalaman dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja  
Journal of Accounting and Business Management (RJABM); P-ISSN:  
2580-3115; E-ISSN:2580-3131 RJABM Volume 5 No.2 December 2022

*Mujahid Naszirah Nurdin, Syamsul Riyadi, Rijal (2022) Keputusan Konsumen dalam Pembelian Pakaian Bekas (Cakar) di Kota Makassar*

*Rahmayanti (2020) Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Surabaya)*

*Rudi Yanto Batara Silalahi1), Letanli Ayu Susantri (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari*

Samsul Ramli. (2013). Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, Visi media, Jakarta.

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol. 16 No. 1.

*Silalahi, Susantri (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Tempat dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari*

Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Ummu Habibah & Sumiati. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura". JEB17. Vol.1, No.1, HAL 31-48.