

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO PAKAIAN
TANAH ABANG MANDONGA KENDARI**

Rahmat Rizky^a

^aRahmat Rizky [Faculty of Islamic Studies, International Open University, Gambia]

¹raky.2911@gmail.com

*Corresponding author

ARTICLE INFO

ABSTRAK

Kata Kunci

Kualitas Produk,
Harga, Keputusan
Pembelian

Riwayat artikel

Diterima: 08/08/25

Direvisi: 10/08/25

Diterima: 13/08/25

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, baik kualitas produk maupun harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

This study aims to determine the influence of product quality and price on consumer purchasing decisions at the Tanah Abang Clothing Store in Mandonga, Kendari. The type of data used in this study is quantitative data, with primary data as the main source. The sample consists of 60 respondents selected using purposive sampling. The analytical tool employed is multiple linear regression using SPSS version 25. The results of the study indicate that product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. Partially, product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions, and price also shows a significant effect.



Pendahuluan

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk mampu memahami perilaku konsumen. Salah satu aspek penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk dan harga. Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari merupakan salah satu toko yang menghadapi tantangan dalam memenuhi harapan konsumen, khususnya terkait kualitas dan harga.

Sebagian besar penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dilakukan di toko online, pusat perbelanjaan modern, atau merek pakaian besar. Sangat sedikit penelitian yang secara khusus meneliti toko tradisional

atau semi-modern seperti Toko Pakaian di Tanah Abang Mandonga Kendari yang memiliki karakteristik pasar lokal, dengan konsumen yang sangat peka terhadap harga dan kualitas produk secara langsung (fisik).

Fenomena yang terjadi di Toko Pakaian, khususnya di Tanah Abang Mandonga Kendari, menunjukkan adanya pergeseran dalam perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kualitas produk dan harga. Meskipun banyak toko pakaian menawarkan berbagai pilihan dengan harga yang kompetitif, tidak semua produk memenuhi harapan konsumen dalam hal kualitas. Hal ini menciptakan gap antara ekspektasi konsumen dan realitas yang mereka temui saat berbelanja.

Fenomena antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Tanah Abang Mandonga Kendari menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana kualitas produk dan harga mempengaruhi perilaku konsumen, serta memberikan rekomendasi bagi pemilik Toko untuk meningkatkan kualitas produk dan harga. Dengan memahami gap ini, diharapkan toko pakaian di Tanah Abang Mandonga Kendari dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2022), kualitas produk melibatkan keseluruhan karakteristik dan atribut produk yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, baik dalam bentuk kinerja, fitur, keandalan, daya tahan, kesesuaian, maupun estetika. Menurut Kotler dan Keller (2020) menyatakan bahwa indikator kualitas produk yaitu Keawetan, Keandalan, Kesesuaian produk, dan Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki.

Harga

Harga adalah salah satu hal yang ditentukan sebelum melakukan transaksi jual beli dengan konsep kebebasan. Menurut William Stanton mendefinisikan bahwa harga adalah jumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan sebuah produk disertai dengan bentuk pelayanan. Indikator harga menurut Kotler dan Keller (2020) menyatakan bahwa indikator harga yaitu: Kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan Kesesuaian harga dengan manfaat Keterjangkauan Harga (Affordability), Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga,

Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk, dan Kesesuaian harga dengan Manfaat.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses mental dan emosional yang dilalui oleh konsumen untuk memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu. Indikator keputusan pembelian yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2020) YAIYU, Kemantapan Produk, Kegunaan Dalam Membeli Produk, Memberikan Rekomendasi, dan Melakukan Pembelian Ulang.

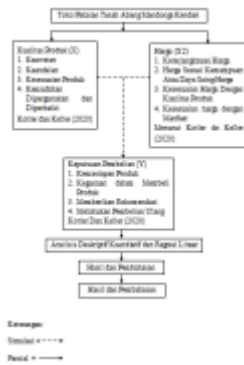
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan suatu konsep penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Kerangka ini bermanfaat untuk mempermudah para pembaca dalam memahami maksud dari penelitian ini. Berdasarkan teori dan Penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari, yang mana penelitian ini dilakukan pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari, kemudian peneliti menemukan beberapa permasalahan yang terjadi pada toko ini terkait kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu peneliti mencoba memecahkan dugaan peneliti mengenai permasalahan yang peneliti

temukan kualitas produk (X1), dan harga (X2) sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Kerangka pikir, landasan teoritis dan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat dimuat hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Kendari Mandonga. H₂ : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari.

H₃ : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari.

Metode

Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu 60 responden yang merupakan kosumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari, dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil dan Pembahasan

Uji Analisis Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan Kolmogorov-smirnov test dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan. Kriteria pengujian uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu jika nilai probabilitas (sig) > 0,05 maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai probabilitas (sig) < 0,05 maka data tidak

berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas dan residul yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual	
N		60	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.3472481	
Most Extreme Differences	Absolute	.070	
	Positive	.070	
	Negative	-.041	
Test Statistics		.070	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.654	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.642
	Upper Bound	.666	

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data Primer diolah tahun (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang berada di atas tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Uji ini dilakukan terhadap 60 data (N = 60) dan menghasilkan nilai statistik uji sebesar 0,070. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat perbedaan signifikan antara distribusi data dengan distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis statistik selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Bila hasil regresi memiliki nilai VIF tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas dalam model regresi. Berikut hasil uji Multikolinearitas pada tabel 4.9

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.423	3.584		.955	.344		
	X1	.463	.095	.445	4.880	<.001	.575	1.740
	X2	.473	.087	.494	5.421	<.001	.575	1.740

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Dolah (2025)

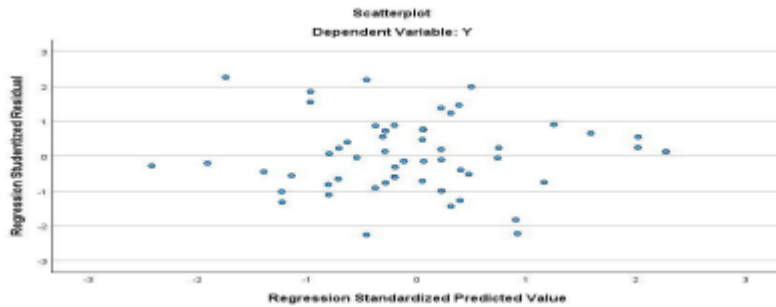
Berdasarkan Tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai tolerance untuk variabel X1 dan X2 sebesar 0,575, serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing sebesar 1,740. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi. Artinya, variabel X1 dan X2 tidak memiliki hubungan korelasi yang tinggi satu sama lain, sehingga dapat

disimpulkan bahwa model regresi layak untuk digunakan karena memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan.

Gambar 4.2 Scatterplot



Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan Gambar 4.2 *Scatterplot*, tampak bahwa titik-titik data tersebar secara acak di sekitar garis horizontal nol pada sumbu vertikal (*Regression Studentized Residual*). Penyebaran ini tidak membentuk pola tertentu, baik pola melengkung, menyebar, maupun menyempit. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu varians residual yang konstan pada setiap nilai prediksi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan, dan model layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Hasil Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh simultan maupun secara parsial. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan bantuan program *SPSS for windows versi 25*. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya akan di lampirkan pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig.	Keterangan

X1 (Kualitas Produk)	0.463	4.88	0.0	Signifikan
X2 (Harga)	0.473	5.421	0.0	Signifikan

Sumber: Data Primer, Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda, diketahui bahwa variabel independen X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Harga) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Y (Keputusan Pembelian). Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel X1 dan X2 yang bernilai 0,000, lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Selain itu, nilai t-hitung untuk X1 sebesar 4,88 dan untuk X2 sebesar 5,421 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi secara signifikan dalam model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian secara parsial.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui kemampuan variabel terikat dalam mempengaruhi variabel bebas. Dimana semakin besar koefisien determinasi menunjukkan hasilnya, maka semakin baik variabel terikat menjelaskan variabel bebas. Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS *for windows versi 25*, diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	.728	.719	3.40546

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R sebesar 0,853 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Nilai R Square sebesar 0,728 mengindikasikan bahwa sebesar 72,8% variasi yang terjadi pada variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X1 dan X2 secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 27,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,719 menunjukkan nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, yang tetap menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik. Nilai Standard

Error of the Estimate sebesar 3,40546 menunjukkan tingkat kesalahan atau deviasi standar dalam memprediksi nilai Y, di mana semakin kecil nilainya maka semakin akurat model dalam melakukan prediksi. Dengan demikian, model regresi ini dinilai cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau parsial, dengan kriteria pengujian jika nilai signifikan $\leq \alpha$ 0,05 maka H1 diterima dan H0 di tolak, maka hipotesis dalam penelitian ini diterima begitupun sebaliknya.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen, kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis pada penelitian ini adalah:

jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun hasil dari perhitungan uji simultan atau uji F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1769.895	2	884.947	76.307	<.001 ^b
	Residual	661.039	57	11.597		
	Total	2430.933	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 76.307 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar $< 0,001$. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05. Hal ini berarti hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa variabel X1 dan X2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan nilai uji t dengan menggunakan SPSS for windows versi 28. Kriteria kepuasan pelanggan sebagai berikut:

a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$ maka dinyatakan tidak ada pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial (Individual)

b. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$ maka dinyatakan ada pengaruh variabel X terhadap Y secara parsial (Individual)

Hasil perhitungan uji parsial atau uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.423	3.584		.955	.344		
	X1	.463	.095	.445	4.880	<.001	.575	1.740
	X2	.473	.087	.494	5.421	<.001	.575	1.740

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berikut adalah deskripsi Uji Parsial (Uji t) pada Tabel 4.13 yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu untuk variabel Kualitas produk (X1) dan Harga X2:

· Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Uji t variabel X1): Nilai koefisien regresi (B) untuk variabel Kualitas produk adalah sebesar 0,463 dengan nilai t hitung sebesar 4,880 dan tingkat signifikansi sebesar $< 0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada kualitas produk

Akan meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,463, dengan asumsi variabel lain tetap. Selain itu, nilai VIF sebesar 1,740 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas yang berarti dalam model.

Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian (Uji t variabel X2): Nilai koefisien regresi (B) untuk variabel harga adalah sebesar 0,473 dengan nilai t hitung sebesar 5,421 dan tingkat signifikansi $< 0,001$. Karena nilai signifikansi juga lebih kecil dari 0,05, maka variabel harga terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Artinya, setiap kenaikan satu satuan pada harga akan meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,473, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai VIF sebesar 1,740 juga menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas pada variabel ini.

Dengan demikian, kualitas produk maupun harga secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari.

Pembahasan

Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari, berdasarkan hasil penelitian tersebut maka H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen mempertimbangkan untuk membeli suatu produk,

mereka tidak hanya memperhatikan kualitas produk tersebut, tetapi juga mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang diberikan pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari.

Pada tingkat keeratan hubungan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen menunjukkan adanya hubungan yang positif. Artinya, ketika kualitas produk meningkat dan harga yang ditawarkan sesuai atau kompetitif, maka keputusan konsumen untuk melakukan pembelian cenderung ikut meningkat. Hubungan yang searah ini mencerminkan bahwa kedua variabel bebas, yaitu kualitas produk dan harga, saling mendukung dalam mendorong terbentuknya keputusan pembelian yang kuat dari konsumen.

Hubungan yang dikatakan baik ini menandakan bahwa konsumen merespons secara positif terhadap kombinasi antara mutu produk yang ditawarkan dan harga yang mereka anggap layak. Dalam pandangan konsumen, produk yang berkualitas tinggi namun disertai dengan harga yang masih terjangkau akan memberikan nilai lebih dan meningkatkan daya tarik produk tersebut. Oleh karena itu, Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari mampu menjaga kualitas produknya tetap unggul sambil menawarkan harga yang kompetitif, akan memiliki peluang yang lebih besar untuk mempengaruhi dan memenangkan keputusan pembelian konsumen.

Temuan ini juga menjadi bukti bahwa strategi pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada salah satu elemen saja, melainkan membutuhkan sinergi antara kualitas dan harga. Konsumen masa kini semakin selektif dan rasional, sehingga mereka cenderung memilih produk yang mampu memenuhi ekspektasi kualitas dengan harga yang masuk akal. Maka dari itu, penting bagi Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari untuk menjaga keseimbangan antara kedua aspek ini guna menciptakan hubungan yang kuat dengan pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya memperkuat posisi produk di tengah persaingan pasar yang kompetitif.

Temuan ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kotler (2012) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah kondisi dimana konsumen harus menentukan pilihan produk, merek, supplier, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran, sebelum menyelesaikan aktivitas pembelian Begitu juga yang dikemukakan oleh Schiffman (2009:112), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa

seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Suatu keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh bagaimana proses pengambilan keputusan itu dilakukan

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Montolalu ,N,A at.al (2021), Haque ,M,G (2020), Marpauang ,F,K at.al (2021), Widiana ,I,P,S (2023), Pertiwi ,I,P,S at.al (2023), Bagaskoro ,D,S at.al (2024), Rorong ,G,A at.al (2021), Totasari ,S at. Al (2023), Retha ,S,S at. Al (2023), dan Ajijah ,N (2023), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari maka H2 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baiknya kualitas produk Toko pakaian tanah abang mandonga kendari maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang diamati dari kinerja Keawetan, Keandalan, Kesesuaian Produk, Kemudahan Dipergunakan dan Diperbaiki.

Berdasarkan pemaparan hasil temuan masing-masing indikator tampak dengan jelas bahwa kualitas produk yang dimiliki oleh Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari memperoleh penilaiannya yang positif dari para konsumen sehingga hal ini mempengaruhi para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari. Melihat baiknya kualitas produk yang diberikan oleh Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari kepada konsumennya maka akan membuat Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari dapat berkembang sesuai dengan visi dan misi secara efektif dan efisien.

Temuan hasil penelitian ini senada dengan yang dikemukakan oleh Kotler (2005), yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparas: produk juga atribut produk lainnya. Selain itu, menurut Umar (2003), kualitas produk baik berupa barang maupun jasa menjadi hal yang penting bagi konsumen. Begitu juga menurut Tjiptono, (2015) kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Montolalu ,N,A at.al (2021), Haque ,M,G (2020), Marpauang ,F,K at.al (2021), Widiana ,I,P,S (2023), Pertiwi ,I,P,S at.al (2023), Bagaskoro ,D,S at.al (2024), Rorong ,G,A at.al (2021), Totasari ,S at. Al (2023), Retha ,S,S at. Al (2023), dan Ajijah ,N (2023), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Riset ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari. Dari hasil tersebut maka H3 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa baiknya harga yang ditetapkan oleh Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen yang diamati dari keterjangkauan harga, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Berdasarkan urutan hasil temuan masing-masing indikator diketahui bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari sesuai dengan kualitas produk masing-masing produk dan para konsumen juga merasakan harga produk yang ada pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari sesuai dengan finansial masing-masing konsumen, sehingga hal ini membulatkan tekad para konsumen untuk segera melakukan keputusan pembelian pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari. Baiknya penetapan harga yang dilakukan oleh Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari tentunya akan memberikan keberlangsungan Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari dalam menjalankan bisnisnya dengan optimal

Hasil penelitian ini disupport dengan yang dikemukakan oleh Kotler (2005) bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Begitu juga teori yang dikemukakan oleh Tiptono (2015) bahwa harga adalah satu-satunya elemen dan bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Montolalu ,N,A at.al (2021), Haque ,M,G (2020), Marpauang ,F,K at.al (2021), Widiara ,I,P,S (2023),

Pertiwi ,I,P,S at.al (2023), Bagaskoro ,D,S at.al (2024), Rorong ,G,A at.al (2021), Totasari ,S at. Al (2023), Retha ,S,S at. Al (2023), dan Ajijah ,N (2023), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Objek penelitian dibatasi hanya pada Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari yang digunakan oleh masyarakat di Kota Kendari.
2. Respondem dalam penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen Kota Kendari yang telah menggunakan Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari.
3. penelitian ini hanya menfokuskan pada 2 variabel bebas, yaitu kualitas produk dan harga.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Kualitas produk dan harga Secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penepatan kualitas produk dan harga yang diberikan kepada Toko Pakaian Tanah Abang Mandong Kendari maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen.

2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari. Dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen.

3. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko Pakaian Tanah Abang Mandonga Kendari. Dapat diartikan bahwa semakin baik penepatan harga yang di berikan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Ajjah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43-60.

Bagaskoro, D. S., Siahaan, M., & Maulia, I. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian (Studi kasus pada Bloods Store Cikarang). *JURNAL ECONOMINA*, 3(9), 971- 978.

Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *E Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31- 38.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education. Liana, Y., Putri, I., Djafri, T., & Priyo, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Shopee. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 12(1), 77-85.

Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272-275.