

# **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Dewasa Pada Shopee**

**Sheilla Endriani<sup>1</sup>, Sri Andayani<sup>2</sup>, Diana Juni Mulyati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[sheillasmei@gmail.com](mailto:sheillasmei@gmail.com)<sup>1</sup>, [sri@untag-sby.ac.id](mailto:sri@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>, [diana@untag-sby.ac.id](mailto:diana@untag-sby.ac.id)<sup>3</sup>



## **Abstract**

*Purchasing decisions can be measured through the factors that influence consumers in making decisions, one of which is Product Quality, Price and Service Quality. Shopee is a marketplace that uses pricing, product, and service quality strategies. Shopee sells a variety of adult clothing, many types and fashions are sold at various prices, most buyers see products based on the character of the product itself. This study was used to determine the partial and simultaneous effect of product quality, price and service quality on purchasing decisions on the Shopee application. The method used in this research is quantitative. The population in this study was random Surabaya people who had bought adult clothing products on the Shopee application. The sample size in this study was 96 respondents. The sampling technique used in this research is non probability sampling. The results showed that product quality, price and purchasing decisions partially and simultaneously affect the purchasing decisions of consumers who buy adult clothes on the Shopee application in Surabaya.*

**Keywords :** *Product Quality, Price, Service Quality, Purchase Decision*

## **Abstrak**

Keputusan pembelian dapat diukur melalui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, salah satunya adalah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan. Shopee adalah marketplace yang menggunakan strategi harga, produk, dan kualitas layanan. Shopee menjual berbagai macam pakaian dewasa, banyak jenis dan fashion yang dijual dengan harga yang bervariasi, kebanyakan pembeli melihat produk berdasarkan karakter produk itu sendiri. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya secara acak yang pernah membeli produk pakaian dewasa di aplikasi Shopee. Besar sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan keputusan pembelian secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang membeli baju dewasa pada aplikasi Shopee di Surabaya.

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

## **Pendahuluan**

Konsumen tidak serta merta melakukan keputusan pembelian suatu produk. keputusan pembelian tersebut dengan adanya pengenalan masalah, pencarian informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca pembelian. Keputusan pembelian dapat diukur melalui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan salah satu faktornya adalah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan.

Selain itu Harga merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga pada suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dikarenakan dengan tingkat harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk.

Kualitas pelayanan tak kalah penting dari kedua faktor diatas. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian sangat penting karena pelayanan adalah suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginannya, maka hal itu dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Shopee adalah salah satu *marketplace* yang menggunakan strategi harga, produk, dan kualitas pelayanan.

Tujuan dari Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Apakah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Dewasa pada aplikasi Shopee di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Apakah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan secara terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Dewasa pada aplikasi Shopee di Surabaya.

## Metode Penelitian

Penelitian menggunakan Kuantitatif, Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jawaban responden yang didapat melalui kuesioner tentang Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian konsumen yang pernah membeli produk Pakaian Dewasa melalui Shopee. Data primer didapat dari kuesioner yang diisi oleh responden, meliputi jawaban, identitas responden dengan menggunakan Skala *Likert*. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal, literatur-literatur. Populasi dalam penelitian ini adalah orang Surabaya secara acak yang pernah membeli produk pakaian dewasa pada aplikasi Shopee. Sampel pada penelitian ini berjumlah 96 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2014:118). Pada penelitian ini akan dilakukan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Parsial (Uji t), Uji Signifikansi Simultan F, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = 12.107 + 0.593X_1 + 0.889X_2 + 0.826X_3$$

Model persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a : Nilai konstanta bernilai 12.107 ini menunjukkan apabila variabel Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan bernilai nol (0), maka Keputusan Pembelian naik sebesar 12.107.

b1 : Nilai Koefisien regresi pada variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 0,593 , artinya setiap perubahan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Keputusan Pembelian sebesar 12.107 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

b2 : Nilai Koefisien regresi pada variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 0,889 , artinya setiap perubahan variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Keputusan Pembelian sebesar 0,889 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

- b3: Nilai Koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar 0,826 , artinya setiap perubahan variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Keputusan Pembelian sebesar 0,826 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

### **Hasil Uji Normalitas**

Titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data telah berdistribusi normal.

### **Hasil Uji Multikolinearitas**

Nilai *Tolerance* dari Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan lebih dari 0,10 sedangkan nilai VIF tersebut dibawah 10. Dengan demikian dapat dikatakan, tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi ini.

### **Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Titik-titik menyebar tidak merata atau tidak membentuk suatu pola yang jelas, dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y. Maka dapat dikatakan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

### **Hasil Uji t (Parsial)**

Hasil uji t sebagai berikut:

- a. Variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai nilai thitung (2.872)  $>$  t tabel (1,985). Dan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, variabel Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. Variabel Harga (X2) mempunyai nilai t hitung (3.008)  $>$  t tabel (1,985). Dan nilai signifikan  $0,003 < 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai nilai t hitung (3.513)  $>$  t tabel (1,985). Dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### **Hasil Uji F**

Berdasarkan hasil output spss, F hitung lebih besar daripada F tabel ( $45.478 > 3.09$ ) dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pakaian dewasa pada aplikasi Shopee.

### **Tabel 8. Hasil Uji Korelasi ( $R^2$ )**

Berdasarkan data spss bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,584 atau 58,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase dari variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 58,4%. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 58,4\% = 41,6\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## **Penutup**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan berdasarkan karakteristik responden jenis kelamin dimana perempuan mendominasi dalam menjawab kuisioner sebanyak 60.4% dan laki-laki hanya sebanyak 39.6%. Sedangkan menurut usia, jawaban

terbanyak dari rentang usia 17-35 tahun dengan presentase sebesar 95.8% dan rentang usia >17 tahun dan >35 tahun memiliki presentase terkecil sebesar 2,1%. Karakteristik ketiga yakni pekerjaan mahasiswa lebih unggul dibandingkan dengan pekerjaan yang lain sebesar 51% serta pegawai negeri menempati posisi bawah dengan presentase sebesar 2,1%. Karakteristik keempat berdasarkan pendapatan yakni pendapatan terbanyak yaitu Rp1.000.000-Rp5.000.000 dengan presentase sebesar 42.7% sedangkan pendapatan yang menempati posisi bawah yaitu >Rp.5.000.000 dengan presentase 3.1%. Terakhir, karakteristik yang bersumber pada jumlah pembelian dengan perolehan terbanyak dimiliki oleh responden yang membeli sebanyak 1-5 kali dengan presentase 55.2% dan perolehan yang paling sedikit yakni membeli sebanyak >10 kali dengan presentase 20.8%.

Berdasarkan hasil analisis *statistic* diketahui bahwa *variable* Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pakaian dewasa pada aplikasi Shopee karena konsumen merasa produk pakaian dewasa yang dibeli pada aplikasi Shopee nyaman saat dipakai. Yang kedua yaitu *variable* Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pakaian dewasa pada aplikasi Shopee dikarenakan produk pakaian dewasa harganya relatif terjangkau. Yang ketiga yaitu variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dikarenakan konsumen merasa *seller* produk pakaian dewasa pada aplikasi Shopee mengutamakan kepentingan konsumen.

## Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti dari hasil penelitian ini adalah :

1. Pada variabel kualitas produk shopee dan *seller* sebaiknya mempertahankan kepercayaan konsumen dan selalu menggunakan kualitas produk yang terbaik agar pakaian dewasa awet digunakan
2. Pada variabel harga shopee dan *seller* sebaiknya mempertahankan penetapan harga yang baik agar konsumen selalu mempercayai dan agar dapat bersaing dengan *seller* lain
3. Pada variabel kualitas pelayanan sebaiknya shopee dan *seller* mempertahankan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen merasa puas dan senang atas keputusan pembeliannya

## Daftar Pustaka

- Arrofu, L., & Budiyanto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Canoe Coffee and Bistro. In *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-17.
- Dheany, A. (2012). Analisi Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). In *Skripsi.Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Diponegoro: Semarang*.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. In *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32.
- Fandy Tjiptono. (2013). Manajemen Pemasaran, Edisi 11, In *Indeks: Jakarta*
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1-20.

- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Jakarta: Salemba Empat*.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. In *Bandung: Alfabeta*.
- Suhardi, Yusuf Syachroni, Achmad Burda, Agustian Darmawan, Arya. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. In *Jurnal STEI Ekonomi*.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Yuniamartha, Ridyaneta Alicia. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi kasus pada Remaja di Surabaya). In *Repository Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.