JSSDM
Journal of Social Science and Digital Marketing

Copyright © 2024 pada penulis
Journal of Social Science and Digital Marketing (JSSDM)
Juli-2024, Vol.IV, No.2, hal.62-74
ISSN(E): **2775-4278**

Pengaruh Harga dan Kualitas Pada Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Melati Kota Medan

[1]Gomos Pardosi, [2]Natalia E.T. Sihombing, [3]Kepler Sinaga

[1,2,3] Universitas HKBP Nommensen

Alamat Email:

Email: gomospardosi@gmail.com*, natalia.sihombing@uhn.ac.id, kepler.sinaga@uhn.ac.id

Article History:

Diajukan: **8 April 2024; Direvisi: 7 Mei 2024; Accepted: 20 Juni 2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas memiliki pengaruh secara simultan dan parsial dalam keputusan pembelian terdapat faktor apa yang paling dominan untuk menentukan dan variabel mana yang paling berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian). Penelitian ini merupakan Jumlah sampel Dalam Penelitian ini sebanyak 100 . dalam Penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah belanja pakaian bekasa di pasar Melati Kota Medan. Penentuan sampel menggunakan *Non probabilty sampling* dengan model *simple random sampling* dengan kriteria yang pernah membeli pakaian bekas di pasar Melati Kota Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Observasi, kuisioner dan Dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta uji F (simultan) dab uji t (parsial). Hasil pengujian menunjukkan bahwa : 1). Secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Melati Kota Medan. Hasil pengujian tersebut diperoleh dari (Fhitung ≥ Ftabel) 50,293 ≥ 3,09 artinya bahwa harga dan kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhdap variabel keputusan pembelian. 2). secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas Di Pasar Melati Kota Medan. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung yakni = 6,916 sedangkan t tabel 1,290, maka thitung ≥ t tabel, (6,916 ≥ 1,290) Kualitas (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan t hitung 2,750 ≥ t tabel 1,290. Dengan taraf signifikansi lebih besar dari p value (0,05 ≥ 0,000). Kemudian dari hasil koefisien determinasi label Harga dan kualitas sebesar 49,9 % sedangkan sisanya 50,1 % dijelaskan oleh pengaruh lain di luar model dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to find out whether price and quality have a simultaneous and partial influence on purchasing decisions, which factors are the most dominant in determining and which variables have the most dominant influence on the dependent variable (purchasing decisions). This research has a sample size of 100 ts in this research. ts in this research are consumers who have previously shopped for used clothing at the Melati market in Medan City. The sample was determined using non-probability sampling with a simple random sampling model with the criteria being that ts had bought used clothes at the Melati market in Medan City. Data collection techniques in this research used observation, questionnaires and documentation. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests and F tests (simultaneous) and t tests (partial) are carried out. The test results show that: 1). Simultaneously influences the

Segala konten dan isi di dalam jurnal disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional

decision to purchase used clothes at the Melati Market, Medan City. The test results were obtained from (Fcount ≥ Ftable) 50.293 ≥ 3.09, meaning that price and quality have a significant influence on purchasing decision variables. 2). partially influences the decision to purchase used clothes at the Melati Market, Medan City. Partial test results show that price (X1) has a significant effect on purchasing decisions with t = 6.916, while t table is 1.290, so t = ≥ t table, (6.916 ≥ 1.290). Quality (X2) has a positive effect on purchasing decisions with t count 2,750 ≥ t table 1,290. With a significance level greater than p value (0.05 ≥ 0.000). Then, from the results of the coefficient of determination for price and quality labels, it is 49.9%, while the remaining 50.1% is explained by other influences outside the model in this research.

Keyword : Price, Quality, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Di zaman modren ini, Gaya hidup (lifestyle) adalah salah satu hal yang tidak asing lagi di masyarakat luas baik dari kalangan Orang Tua, Remaja bahkan sampai pada kalangan anak-anak tertarik pada sutu Gaya hidup. Inilah yang salah satu yang mengakibatkan naiknya peningkatan perbelanjaan di kalangan Masyarakat. Tentunya dalam pembelian suatu pakaian atau suatu produk tidak terlepas dari yang namanya Harga, Kualitas bahkan sampai merk dari produk tersebut tentunya ada harga ada kualitas dalam suatu produk. Tapi di zaman modren ini harga pakaian bukan suatu penghambat dalam pembelian pakaian-pakaian yang berkualitas tinggi, produk bermerk, produk-produk yang sudah langka dan lain sebagainya untuk masyarakat luas, karena di pasar Monja yaitu pasar Melati Kota Medan yang menjual berbagai pakaian atau produk-produk tersebut dengan harga yang relatif murah dari pada pakaian-pakaian yang di jual di Mall atau di tempat lainya.

Pembelian bekas pun menjadi primadona ditengah masyarakat khususnya msayarakat kota medan, salah satu sentra penjualan pakaian second branded itu terletak di pasar melati yang biasa disebut Monja. Disana menjual berbagai jenis pakaian bekas mulai dari celana, baju kaos, dress, baju kemeja, sweter dan lain sebagainya. Monja diminati oleh berbagai kalangan masyarakat kota Medan, mulai kalangan Orang tua, Pelajar atau Mahasiswa sampai pada anak-anak bahkan bahkan pengusaha kaya sekalipun tergiur untuk berburu pakaian bekas di pasar Monja. Pakaian bekas yang dijual masih layak untuk dipakai bahkan ada yang layaknya pakaian baru yang masih bersegel, dengan merek-merek ternama seperti Dickies New Balance Balenciaga Stone Island, Uniqlo, Logo, Zara, Day, Jelfa, Okay dan merek ternama lainnya yang biasa di jual di mall-mall dan pasar lainya.

Ada beberapa hal yang membuat pakaian import bekas diminati konsumen, diantaranya:

1. Kualitas. Rata-rata pakaian bekas impor banyakan terdapat pakaian-pakaian yang masih bagus dan masih banyak juga yang merk pakaian tersebut masih nempel dalam baju tersebut seperti merk-merk luar ternama seperti Dickies New Balance Balenciaga Stone Island, Uniqlo, Logo, Zara, Day, Jelfa, Okay.
2. Harga. biasanya untuk satu buah celana jeans baru bermerk terkenal jika kita membeli di swalayan atau di mall harganya bisa mencapai Rp. 300.000 - Rp 1.000.000. jika membeli pakaian bekas anda bisa mendapatkan kemeja dengan model merk yang sama dengan harga Rp 30.000-100.000 an.
3. Model pakaian bekas masih keluaran model terbaru.
4. Jenis produk semakin bervariasi antara lain seperti: sepatu, Selimut, Horden, Kaos kaki, Dasi, Jas, Baju, Celana, Gaun, Aksesoris, Tas, Kelambu, dll.
5. Bahan pakaian yang cukup bagus.
6. Banyak tempat penjualan

Ada dua hal yang menjadi dampak dari pembelian pakaian bekas ini bagi para konsumen seperti dampak positif dan dampak negatif.

a. Dampak positif

   Dampak positif dari pakaian bekas untuk para konsumen adalah dari segi harga, kalau kita beli barang yang ber merk yang berkualitas di mall biasanya harga nya mulai dari Rp 150.000 an

sampai jutaan, tapi kalau di pasar Monja yaitu pasar Melati kota Medan seringan dapat harga yang tidak logis saking murahnya mulai dari harga Rp 30.000 an sampai Rp 300.000 an. Selain dipengaruhi oleh harga yang murah adanya kualitas yang mungkin sulit di temukan dipakain baru dan pembeli juga sering menemukan pakaian yang unik atau vintage yang menembah nilai estetis.

b. Dampak negatif

Dampak negatif dari pakaian bekas bagi para konsumen adalah salah satunya masalah kesehatan dan kebersihan meskipun pakaian tersebut dicuci sebelum dijual tetap juga ada resiko penyakit yang ada dalam pakaian bekas tersebut bekas terbesar merupakan pasar yang cukup di kenal di kalangan masyarakat kota Medan dan yang berdomosili di kota medan. Adapaun barang-barang yang di jual di kedua pasar ini adalah seperti baju, celana, sepatu, horden, handuk, selimut, pakaian dalam wanita dan laki-laki.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang menghasilkan beberapa temuan yang dapat dicapai dengan menggunakan beberapa prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif lebih memusatkan perhatian pada gejala-gejala atau fenomena-fenomena yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia, yang dinamakan sebagai variabel. Pendekatan kuantitatif hakikat hubungannya di antara variabel-variabel yang dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Dalam penelitian ini menggunakan populasi infinit, karena pengunjung yang datang untuk berbelanja di Pasar Melati Kota Medan tidak diketahui secara pasti karena dalam berbelanja di pasar tersebut tidak ada hitungan untuk para konsumen. Peneliti menetapkan jumlah populasi tidak diketahui karena tidak pernah dilakukan pengukuran mengenai jumlah konsumen yang memutuskan membeli pakaian di Pasar Melati Kota Medan. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan *teknik purposive sampling* yang berarti untuk menjadi sampel satu anggota populasi haruslah memenuhi syarat atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti adapun kriteria sampel yang telah ditetapkan peneliti yaitu masyarakat pengunjung Pasar Melati Kota Medan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 100 responden.

3. HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Validitas Variabel Harga

Tabel 1. Ringkasan Uji Validitas Harga

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0, 737	0, 1966	Valid
2	X1.2	0, 745	0, 1966	Valid
3	X1.3	0, 715	0, 1966	Valid
4	X1.4	0, 576	0, 1966	Valid
5	X1.5	0, 642	0, 1966	Valid

Sumber: *Hasil perhitungan SPSS 26*

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel, yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel untuk sampel sebanyak 100 orang yaitu 0,1966. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk Kemampuan Adaptasi adalah valid.

Uji Realibilitas Variabel Kualitas

Tabel 2. Ringkasan Uji Validitas Kualitas

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0, 711	0,1966	Valid
2	X2.2	0, 707	0,1966	Valid
3	X2.3	0, 644	0, 1966	Valid
4	X2.4	0, 717	0,1966	Valid
5	X2.5	0, 690	0,1966	Valid
6	X2.6	0,673	0,1966	Valid

Sumber: *Hasil perhitungan SPSS 26*

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel, yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel untuk sampel sebanyak 100 orang yaitu 0,1966. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk Kemampuan Adaptasi adalah *valid*.

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 3. Ringkasan Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1.1	0, 808	0,1966	Valid
2	Y1.2	0, 746	0,1966	Valid
3	Y1.3	0, 685	0, 1966	Valid

4	Y1.4	0, 769	0,1966	Valid

Sumber: *Hasil perhitungan SPSS 26*

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel, yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel untuk sampel sebanyak 100 orang yaitu 0,1966. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk Kemampuan Adaptasi adalah *valid*.

Uji Realibilitas Variabel Harga

Tabel 4. Uji Reliabilitas variabel Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,711	5

Sumber: *Hasil perhitungan SPSS 26*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel mempunyai Cronbach's Alpha 0,711 dimana lebih besar dari 0,60. Dengan demikian item pernyataan untuk harga dinyatakan Reliabel.

Uji Realibilitas Variabel Kualitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas variabel Kualias

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,776	6

Sumber: *Hasil perhitungan SPSS 26*

Berdasarkan tabel di atas menunujukkan bahwa semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel mempunyai Cronbach's Alpha 0,776 dimana lebih besar dari 0,60. Dengan demikian item pernyataan untuk Konsistensi inyatakan Reliabel.

Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 6. Uji Reliabilitas variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,745	4

Sumber: *Hasil perhitungan SPSS 26*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semaa item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel mempunyai Cronbach's Alpha 0,745 dimana lebih besar dari 0,60. Dengan demikian item pernyataan untuk Kinerja karyawan dinyatakan Reliabel.

Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

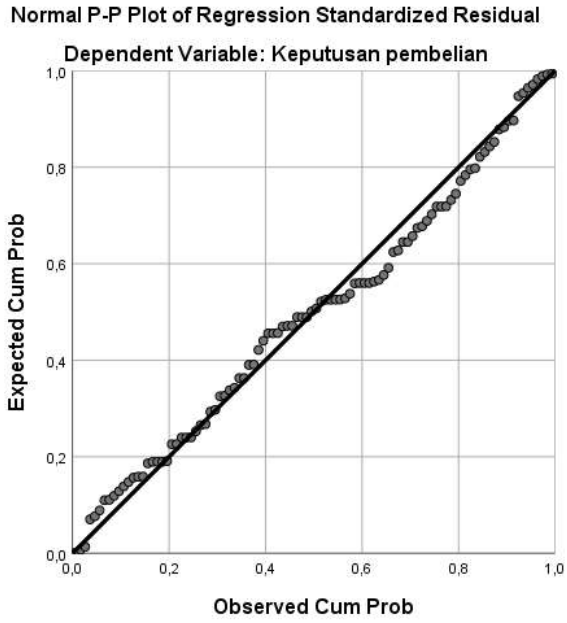
Tabel 7. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78251717
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,055
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil yang diperoleh Sig = 0,200 > 0,05 model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Normalitas Grafik



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpukan bahwa variabel Dalam penelitan ini normal karena data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi Dalam Penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikoloniaritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

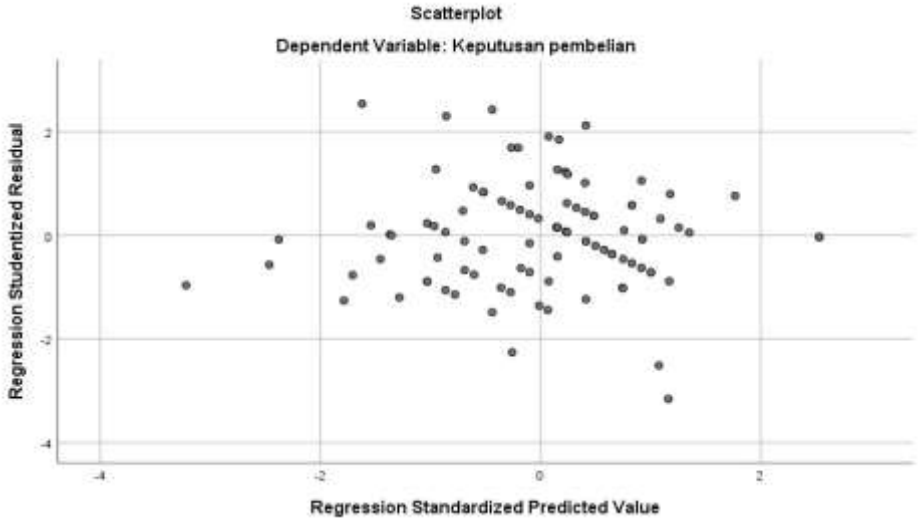
Coefficients[a]				**Keterangan**
Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF	
1	Harga	,743	1,347	Tidak terjadi Multikolinearitas

	kualitas	,743	1,347	Tidak terjadi Multikolinearitas
a. Dependent Variable: keputusan pembelian				

Sumber : Hasil perhitungan Data SPSS 26

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua variabel lolos dari uji multikolonieritas

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 26

Gambar 2. **Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Pada gambar di atas dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dimana titik-titik tersebar acak tanpa membentuk pola tertentu dan tersebar baik di atas dan dibawah angka pada sumbu Y, maka tidak terjadi *Heteroskedastisitas*.

Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi lincar untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program SPSS versi 22, hasil datanya adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,885	1,193		3,255	,002
	Harga	,458	,066	,571	6,916	,000
	kualitas	,157	,057	,227	2,750	,007
a. Dependent Variable: keputusan pembelian						

Sumber : Hasil perhitungan Data SPSS 26

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 10. Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,885	1,193		3,255	,002
	Harga	,458	,066	,571	6,916	,000
	kualitas	,157	,057	,227	2,750	,007
a. Dependent Variable: keputusan pembelian						

Sumber : Hasil perhitungan Data SPSS 26

1. Berdasarkan tabel di atas t_{hitung} untuk variabel harga sebesar 1,290. Untuk mengetahui pengaruh variabel dengan menggunakan teh hidung maka kita harus membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} apabila t hitung lebih besar atau sama dengan t_{tabel} maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen untuk mengeahui t_{tabel}. maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut: df=(N-2) =(100-2)=98. Perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa t hitung lebih besar atau sama dengan dari nilai t_{tabel} yakni t_{hitung} 6,916 sedangkan T_{tabel} 1,290. Dapat kita simpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tingkat signifikansi apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 0,05 maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitu pula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000. Jadi dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel harga berada di bawah standar artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap dependen.
2. Berdasarkan t_{tabel} di atas t_{hitung} untuk variabel kualitas sebesar 2,750. Untuk mengetahui pengaruh variabel dengan menggunakan thitung maka kita harus membandingkan antara thitung dan t_{tabel} apabila t_{hitung} lebih besar $\geq t_{tabel}$ maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen untuk mengetahui $t_{tabel.}$ maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut :df=(N-2) =(100-2)=98. Perbandingan thitung dan t_{tabel} dapat kita lihat bahwa thitung $\geq t_{tabel}$ yakni t_{hitung} 2,750 sedangkan yakni t_{tabel} 1,290. Dapat kita simpulkan bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tingkat signifikansi apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 0,05 maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitu pula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,007. Jadi dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel kualitas berada di bawah standar artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap dependen. Berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian dapat disimpulkan bahwa benar kualitas memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 12. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326,191	2	163,095	50,293[b]	,000
	Residual	314,559	97	3,243		
	Total	640,750	99			
a. Dependent Variable: keputusan pembelian						
b. Predictors: (Constant), kualitas , Harga						

Sumber : Hasil perhitungan Data SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil bahwa besarnya F_{hitung} sebesar 50,293 dengan tingkat signifikan 0.000. Sementara nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Ini berarti ($F_{hitung} \geq F_{tabel}$) 50,293 ≥ 3,09 dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya bahwa Kemampuan Adaptasi dan Konsistensi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kinerja Karyawan..

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 13. Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,713[a]	,509	,499	1,80080
a. Predictors: (Constant), kualitas , Harga				
b. Dependent Variable: keputusan pembelian				

Secara umum tujuan melakukan Uji Koefisien Determinasi yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas Nilai koefisien berkisar antar 0 dan 1 (0 <R <1). Dari hasil estimasi diperoleh koefisien determinasi yang telah disesuaikan Adjusted R

Square sebesar 0,499 Dengan demikian variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga (X1) dan Kualitas (X2) sebesar 49.9%. Sedangkan sisanya 50,1% oleh variabel bebas lain yang tidak di ajukan dalam penelitian seperti pengaruh dari teman dan lain sebagai nya.

DISCUSSION

Variabel Harga (X1)

Variabel Harga (X1) dengan tingkat signifikan 0,000 kecil dari taraf signifikan 0,05 (5%). Jika dilihat dari nilai t tabel, maka dapat diperoleh nilai t tabel untuk df=(N-2)=(100-2)=98 yaitu sebesar 1,290 sedangkan t_{tabel} Variabel harga (X1) memiliki nilai hitung 6,916 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} (6,916 > 1,290). Hal ini menunjukkan bahw H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian . Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi harga akan mempengaruhi keputusan pembelian. Dari hasil penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa harga mempengaruhi Keputusan pembelian . Nilai hasil dan uji menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara harga terhadap Keputusan pembelian . Hasil uji dalam penelitian menggambarkan bahwa harga sebagai salah satu variabel bebas yang mempunyai sifat dominan dalam mempengaruhi variabel terikat keputusan pembelian..

Hal ini sejalan dengan pendapat Kasmir dan Jakfar (2010:53) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang dan jasa.

Kualitas (X2)

Berdasarkan hasilvperhitungan menggunakan SPSS Variabel kualitas (X2). Untuk mengetahui pengaruh variabel dengan menggunakan t hitung, maka harus membendingkan antar t hitung dan t tabel. Apabila t hitung >t tabel maka variabel tersebut punya pengeruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai t tabel,maka dapat digunakan nilai t tabel untuk df=(N-2)=(100-2)=98 . Perbandingan thitung dan t tabel dapat dilihat bahwa thitung ≥ t tabel yaitu sebesar 2,750 ≥ 1,290. Hal ini menunjukkan bahwa jika (Ho) ditolak maka (H1) diterima. Artinya Kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, dimana terdapat pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Melati Kota Medan.

Hal ini sejalan dengan pendapat Ibijola (2014) menartikan bahwa kualitas sebagai totalitas fitur dan karakteristrik produk atau jasa yang dengan kemampuanya dalam memenuhi kebutuhan dinyatakan konsep kualitas ini sering menjadi ukuran relatif tentang baik buruknya suatu produk

atau jasa.

4. KESIMPULAN

- Variabel Pengaruh Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Melati Kota Medan.
- Variabel Pengaruh Kualitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Melati Kota Medan.
- Variabel Pengaruh Harga (X1) dan Pengaruh Kualitas (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Melati Kota Medan

5. DAFTAR PUSTAKA

Andrian,dkk.2022. *Perilaku Konsumen*. Malang : Rena Cipta Mandiri

Arafah Yenni. *Keputusan Pembelian Produk.* PT Inovasi Pratama Internasional

Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, *3*(2), 215-221.

Hermawan,Sigit. (2016). *Metode Penelitian bisnis*. Malang: Media Nusa Creative

Nasution, M. A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan. *jurnal Warta Dharmawangsa*, *13*(1)

Putri,Nilda.2022. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Andalas University Press

Rifkan .2023. *Pedoman Metode Penelitian Data Panel Dan Kuisioner.* Jawa Barat : Penerbit Adab

Siagian Nalom, (2021), *STATISTIKA DASAR: KONSEPTUALISASI DAN APLIKASI*, Yogyakarta: CV Kultura Digital Media

Siyoto, S. & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing

Sujawerni, Wiratna. (2014). *SPPS Untuk Penelitian.* Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press

Swastha Basu. (1988). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE

Yuliani,Endang.2021. *Buku Ajar Utuhan Dasar Manusia*. Malang : Rena Cipta Mandiri