

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI TOTAKU STORE JAMBI SELATAN

Aprilia Andini¹, Habriyanto², Firmansyahnoor³

apriliahandini508@gmail.com¹, habriyanto@uinjambi.ac.id², firmanasyahnoor@uinjambi.ac.id³

UIN Sultan Thaha Saifudin Jambi

ABSTRACT

Used clothing is increasingly popular among the public as it offers affordable prices with relatively good quality. Totaku Store in South Jambi has become one of the most well-known and frequently visited second-hand clothing stores, as it offers a wide variety of products that attract consumers from various backgrounds. Its popularity reflects a shift in consumer preferences toward thrift products that are considered more economical yet still valuable. This study aims to analyze the influence of price and product quality on purchasing decisions of second-hand clothing at Totaku Store, South Jambi. The research employs a descriptive quantitative method with a survey approach targeting consumers. The collected data were analyzed using classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the assistance of the SPSS program to assess the significance and strength of the influence of each variable. The results indicate that price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. Partially, price has a significant influence with a t-count of 12.229 > t-table 1.66071, and product quality also shows a significant influence with a t-count of 9.478 > t-table 1.66071. Simultaneously, both variables have a significant influence with an F-count of 130.896 > F-table 3.09 and a significance value of 0.000 < 0.05. This study concludes that affordable pricing and good product quality encourage consumers to purchase second-hand clothing at Totaku Store, South Jambi.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision, Second-Hand Clothing.

PENDAHULUAN

Kebutuhan pokok manusia meliputi pangan, sandang, dan papan yang disebut kebutuhan dasar atau primer. Pemenuhan kebutuhan hidup selalu terkait pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan. Usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya dikenal dengan istilah perilaku konsumen, yaitu proses pencarian, evaluasi, dan pemilihan produk atau jasa sebelum mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah proses sadar dan terencana, dimulai dari pengenalan kebutuhan hingga pertimbangan akhir sebelum membeli.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama harga dan kualitas produk. Harga, menurut Kotler, adalah jumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau jasa. Dalam perspektif ekonomi syariah, harga harus adil dan disepakati kedua belah pihak tanpa melanggar aturan syariat. Ibnu Taimiyah menekankan pentingnya kompensasi dan harga yang setara, sesuai kondisi pasar dan waktu tertentu.

Selain harga, kualitas produk berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Juran, kualitas adalah kesesuaian penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dalam Islam, peningkatan kualitas merupakan kewajiban dan tidak boleh dilakukan dengan cara yang merugikan pihak lain. Produk berkualitas mendorong kepercayaan, kepuasan, dan keberkahan transaksi.

Prinsip muamalah dalam Islam mengatur jual beli, termasuk perdagangan pakaian bekas, dengan dasar kejujuran, keadilan, dan kerelaan. Harga harus mencerminkan kondisi barang, dan kualitas digambarkan dengan benar. Konsumen muslim diharapkan

mengutamakan kebutuhan daripada keinginan, hidup hemat, serta mempertimbangkan nilai keberkahan dan kemaslahatan. Pakaian bekas menjadi pilihan populer karena harganya lebih murah, kualitas baik, dan menawarkan gaya unik, sehingga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam keputusan pembelian.

Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah dipakai sebelumnya. Jenis pakaian bekas tersebut antara lain : pakaian anak (jaket), pakaian wanita (baju hangat, dress, rok, atasan, hot pants, celana pendek), dan pakaian pria (jaket, celana panjang, celana pendek, kemeja, t-shirt, kaos, sweater, boxer hingga celana dalam). Pakaian bekas ini umumnya diimpor dari luar negeri, seperti Singapura, Malaysia, dan Korea. Berikut adalah angka jual beli pakaian bekas di Indonesia.

Tabel 1 Angka Jual Beli Pakaian Bekas di Indonesia

No	Tahun	Jumlah (ton)
1	2018	108
2	2019	392
3	2020	66
4	2021	8
5	2022	26

Jumlah tertinggi impor pakaian bekas terjadi pada 2019 sebesar 392 ton, meningkat tiga kali lipat dari 2018 yang hanya 108 ton. Namun pada 2020 turun menjadi 66 ton, 2021 hanya 8 ton, dan 2022 sedikit naik menjadi 26 ton. Penurunan ini terkait hambatan impor karena pakaian bekas dari luar negeri dianggap ilegal.

Faktor utama penurunan 2020–2022 adalah pandemi COVID-19 yang mengganggu rantai pasokan, menekan produksi, distribusi, dan permintaan pasar. Resesi, turunnya daya beli, kebijakan pembatasan pemerintah, perubahan pola konsumsi, serta faktor musiman dan bencana alam turut memperkuat tren penurunan.

Tidak hanya di Indonesia, perdagangan pakaian bekas juga semakin berkembang. Sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi, Kota Jambi terus berkembang dengan menawarkan berbagai peluang usaha yang menarik. Salah satunya adalah perdagangan pakaian bekas, yang semakin diminati oleh masyarakat. Berikut beberapa usaha baju bekas di Kota Jambi:

Tabel 2 Data Pemilik Usaha Pakaian Bekas (Thrifting)

No	Nama Usaha	Alamat
1	<i>Tabriiz second brand</i>	Hutan Kota, Mayang Mangurai, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
2	<i>Lovelyn Thrift</i>	Perumahan permata biru No.1, Bagan Pete, Alam barajo, Kota Jambi, Jambi 36129
3	<i>B.clothessjbi</i>	Jl. TP. Sriwijaya, RT.01/RW.No.43, Rw. Sari, Kec Alam barajo, Kota Jambi, Jambi 36125
4	<i>Dit' Second Clothes</i>	Jl. Sersan Anwar Bay No.rt. 002, Bagan Pete, Kec. Kota Baru, Kota Jambi, Jambi 36129
5	<i>Thriftby</i>	villa kenali blok K2 no12, Mayang Mangurai, alam barajo, Kota Jambi, Jambi 36129
6	Aka Thrift Store	Jl. KH. A. Majid No.24, Tlk. Kenali, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124
7	Rumah Beje Jambi	Jl. Banjar Rejo No.RT.15, The Hok, Kec. Jambi Sel.,

		Kota Jambi, Jambi 36138
8	Totaku Store	Jl. Adityawarman No.30, The Hok Kec. Jambi Selatan

Pada Tabel 2 terlihat bahwa jumlah pengusaha pakaian bekas (thrifting) di Kota Jambi terus berkembang dan terus berinovasi untuk bersaing dan menarik perhatian konsumen baru maupun lama. Pakaian bekas atau dikenal Thrift shop menjual beragam pakaian seperti jaket, kaos, blouse dan celana dan banyak brand yang dijual seperti yaitu, Supreme, Stussy, Dickies, Crocodile, dan yang pasti original, seperti yang dijual oleh Khairul Akbar salah satu pedagang pakaian sehingga banyak digemari kaum muda bahkan orang dewasa.

Toko Totaku di Tambaksari, Jambi Selatan, merupakan salah satu toko pakaian bekas terkenal di Kota Jambi yang menyediakan berbagai pilihan fashion seperti gamis, kemeja, kaos, celana, dan rok dengan kualitas baik dan model bervariasi. Meski awalnya sepi, toko ini semakin populer dan omzetnya meningkat karena pakaian bekas impor yang dijual umumnya masih bagus, nyaman dipakai, serta tidak pasaran. Faktor kualitas dan harga menjadi alasan utama konsumen berbelanja di sini, sebab pakaian bermerek yang di toko baru bisa mencapai Rp200.000–Rp300.000, dapat dibeli di Toko Totaku hanya dengan Rp30.000–Rp60.000.

Sebagian besar konsumen Totaku Store merasa harga pakaian bekas terjangkau dan kualitasnya memuaskan, sehingga keputusan pembelian mereka dipengaruhi oleh kedua faktor tersebut. Namun, perdagangan pakaian bekas di Indonesia menghadapi tantangan karena pemerintah melarang impor pakaian bekas melalui Permendag No. 51/M-DAG/PER/7/2015 dan Permendag No. 40 Tahun 2022 untuk melindungi kesehatan masyarakat dari bakteri berbahaya serta mendukung industri tekstil dan UMKM dalam negeri.

Meskipun demikian, praktik jual beli pakaian bekas tetap berlangsung karena harga murah dan kualitas yang masih baik menjadi daya tarik utama. Hal ini menimbulkan dilema antara manfaat ekonomi yang diperoleh konsumen dan dampak negatif terhadap kesehatan serta industri lokal. Oleh karena itu, keputusan pembelian perlu mempertimbangkan prinsip keadilan, transparansi kualitas, serta nilai-nilai ekonomi syariah seperti menjaga harta (hifz al-mal) dan menciptakan keseimbangan ekonomi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha, khususnya Totaku Store, dalam menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen, serta sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan daya saing toko di tengah tren konsumsi pakaian bekas yang semakin berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan positivisme, di mana data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada rumus Lemeshow dengan hasil perhitungan minimal 96 responden, namun penelitian ini mengambil 100 responden untuk meningkatkan representativitas. Teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: konsumen yang pernah membeli pakaian bekas di Totaku Store Jambi Selatan minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir, berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Jambi, serta bersedia menjadi responden. Lokasi penelitian berada di Jl. Adityawarman No. 30, Kelurahan Thehok, Kecamatan Jambi Selatan, dengan waktu pelaksanaan pada April 2025. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas,

regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel dalam uji ini adalah Harga (X1), Kualitas Produk (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.353	1.706		1.966	.052		
1 Harga	.473	.039	.648	12.229	.000	.992	1.008
Kualitas Produk	.427	.045	.502	9.478	.000	.992	1.008

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 3. diatas hasil analisis regresi linear berganda dapat diperoleh koefisien variabel bebas 0,473X1, 0,427X2 konstanta sebesar 3,353 sehingga model regresi linear berganda dengan yang diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 3,353 + 0,473X1 + 0,427X2 + e$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut dapat di interpretasi sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 3,535 memberikan arti bahwa apabila variabel independent yaitu Harga (X1), Kualitas Produk (X2) bernilai (0), maka variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) akan bernilai 3,535.
- Koefesien regresi Harga (X1) bernilai positif sebesar 0,473 artinya apabila Harga mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,437.
- Koefesien regresi Kualitas Produk (X2) bernilai positif sebesar 0,427 artinya apabila Kualitas Produk mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) satuan sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,427.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini berguna untuk memeriksa atau menguji, apakah koefisien regresi yang didapat signifikan atau berbeda secara nyata. Adapun metode analisis yang digunakan sebagai berikut:

a. Uji T

Merumuskan hipotesis nol dengan kriteria keputusan, jika thitung lebih kecil dari pada nilai ttabel (thitung < ttabel), maka Ho diterima Ha ditolak. Jika thitung lebih besar dari pada nilai ttabel (thitung > ttabel), maka Ho ditolak Ha diterima.

Tabel 4. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

	(Constant)	3.353	1.706		1.966	.052		
1	Harga	.473	.039	.648	12.229	.000	.992	1.008
	Kualitas Produk	.427	.045	.502	9.478	.000	.992	1.008

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4. pengujian hipotesis terhadap harga hasil perbandingan antara thitung dan ttabel pada harga menunjukkan thitung sebesar 12,229 sedangkan ttabel sebesar 1,66071. Dari hasil tersebut terlihat bahwa thitung > ttabel yaitu $12,229 > 1,66071$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis terhadap kualitas produk hasil perbandingan antara thitung dan ttabel pada kualitas produk menunjukkan thitung sebesar 9,478 sedangkan ttabel sebesar 1,66071. Dari hasil tersebut terlihat bahwa thitung > ttabel yaitu $9,478 > 1,66071$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F

Pengambilan keputusan yang digunakan adalah hipotesis memiliki bukti bila probabilitas < 0,05 (α) / f hitung > f tabel. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis tidak memiliki bukti jika probabilitas > 0,05 (α) / f hitung < f tabel. Artinya Maka H_0 diterima H_a ditolak.

Tabel 5. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	874.549	2	437.275	130.896	.000 ^b
Residual	324.041	97	3.341		
Total	1198.590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel 5. hasil perhitungan menggunakan program SPSS dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$. Dapat diketahui bahwa Fhitung sebesar dengan membandingkan Ftabel $\alpha = 0,05$ dengan derajat pembilang (banyaknya X) = 2 (dua) dan derajat penyebutnya $(n-k-1) = 97$ didapat Ftabel sebesar 3,09. Fhitung lebih besar dari Ftabel ($130,896 > 3,09$) dan taraf signifikannya yakni ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Yang artinya dapat dikatakan bahwa secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat, nilai koefisien determinasi (R²) antara 0 dan 1 nilai R² yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1					

1	.854 ^a	.730	.724	1.828	2.086
---	-------------------	------	------	-------	-------

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS

Dari hasil tabel 6. penguji koefisien determinasi pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,730 yang artinya bahwa besarnya kontribusi variabel independent yaitu Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2) mempengaruhi variabel dependent Keputusan Pembelian (Y) sebesar $(0,730 \times 100 = 73,0\%)$, sedangkan sisanya $(100\% - 41,8\% = 27,0\%)$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Semakin kecil nilai R Square maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent semakin melemah begitu juga sebaliknya, jika R Square mendekati 1 maka pengaruh tersebut akan semakin kuat.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Totaku Store Jambi Selatan

Harga merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena mencerminkan nilai produk sekaligus menjadi alat pembeda dalam strategi pemasaran. Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Totaku Store Jambi Selatan, dengan nilai thitung $12,229 > ttabel 1,66071$. Konsumen menilai harga yang ditawarkan cukup terjangkau, sesuai dengan kualitas produk, serta mampu memudahkan mereka dalam mengambil keputusan pembelian tanpa merasa terbebani. Selain itu, harga yang kompetitif menciptakan kepuasan, menarik konsumen baru, dan mempertahankan pelanggan lama, sehingga menjadi pertimbangan utama dalam membentuk minat, keputusan pembelian, serta loyalitas konsumen.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Pardede dkk. (2023), Ardrarani & Rachmawati (2023), serta Aliyas dkk. (2023) yang sama-sama menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di berbagai lokasi. Konsistensi hasil penelitian tersebut memperkuat kesimpulan bahwa harga tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar dan representasi nilai produk, tetapi juga menjadi salah satu variabel utama yang menentukan keputusan pembelian, khususnya pada produk pakaian bekas.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Totaku Store Jambi Selatan

Kualitas produk merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian, karena mencakup daya tahan, keandalan, kenyamanan, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Totaku Store Jambi Selatan (thitung $9,478 > ttabel 1,66071$). Konsumen menilai pakaian bekas yang dijual memiliki kualitas fisik yang baik, awet, nyaman digunakan, serta konsisten dari segi tampilan dan fungsi, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan. Kualitas yang stabil ini tidak hanya mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang, tetapi juga merekomendasikan produk kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Tukuboya (2024), Iorhamni & Verlandes (2024), serta Siagan & Rahmadsyah (2024), yang semuanya menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di berbagai toko thrift. Konsistensi hasil penelitian tersebut memperkuat kesimpulan bahwa kualitas produk, melalui indikator kinerja, daya tahan, dan manfaat bagi konsumen, menjadi salah satu variabel utama yang menentukan keputusan pembelian serta

membentuk loyalitas konsumen terhadap produk pakaian bekas.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Totaku Store Jambi Selatan

Perkembangan ekonomi dan teknologi menuntut pelaku usaha fashion untuk mampu bersaing dengan menawarkan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya harga dan kualitas produk. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Totaku Store Jambi Selatan ($F_{hitung} 130,896 > F_{tabel} 3,09$; sig. $0,000 < 0,05$). Konsumen menilai produk yang ditawarkan memberikan manfaat nyata, mendukung penampilan, serta sesuai dengan kebutuhan gaya hidup modis namun tetap hemat. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga, kualitas, dan manfaat menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rorong dkk. (2021) dan Aliyas dkk. (2023) yang sama-sama membuktikan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas. Konsistensi hasil penelitian tersebut memperkuat kesimpulan bahwa kombinasi harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik tidak hanya mendorong konsumen melakukan pembelian, tetapi juga meningkatkan kepuasan, menciptakan pengalaman positif, serta membentuk loyalitas melalui kecenderungan melakukan pembelian ulang.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Totaku Store Jambi Selatan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Totaku Store Jambi Selatan dengan hasil uji t (parsial) $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $12,229 > 1,66071$.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Totaku Store Jambi Selatan dengan hasil uji t (parsial) $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,478 > 1,66071$.
3. Harga dan Kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Totaku Store Jambi Selatan dengan hasil uji f (simultan) $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($130,896 > 3,09$) dan taraf signifikannya yakni ($0,000 < 0,05$).

Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dalam pengembangan wawasan akademik, khususnya dalam kajian perilaku konsumen dan pemasaran. Mahasiswa juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai refensi untuk menyusun penelitian lanjutan yang relevan, terutama dalam konteks pemasaran produk pakaian bekas (thrifting) yang saat ini semakin berkembang di kalangan masyarakat.

2. Bagi Totaku Store Jambi Selatan

Disarankan agar Totaku Store terus mempertahankan harga yang kompetitif serta kualitas produk yang baik, karena kedua faktor tersebut terbukti secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pihak toko juga sebaiknya melakukan evaluasi berkala terhadap kepuasan pelanggan dan memperhatikan tren fashion yang

sedang digemari agar produk yang dijual menarik konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar atau pijakan untuk pengembangan studi lebih lanjut dengan cakupan variabel yang lebih luas seperti promosi, citra merek, pelayanan, atau kepuasan pelanggan. Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan metode dan pendekatan yang berbeda agar hasil penelitian menjadi lebih kaya dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, W., Tarantang, J., & Mirnawati, E. (2021). Tinjauan Ekonomi Syariah atas Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal di Kota Palangka Raya. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 96-105.
- Aliyas, A., Ismawati, I., Hasanuddin, A., Rahmat, M., & Sandra, E. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas (Thrift) Di Kota Batam. *Postgraduate Management Journal*, 3(1), 1-8.
- Anjani, N., Muhajirin, M., & Badar, M. (2024). Pengaruh Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas (Thrift) di Kota Bima. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 291-309
- Annisa Aprilia dkk, (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Pada Meltik Store Di Kota Gorontalo. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 1 (2).
- Ardarani, G. A., & Rachmawati, L. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Thrifting. *Independent: Journal of Economics*, 3(1), 42-52
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Ayu Andira, Skripsi: "Sinergitas Pengawasan Instansi Pusat dan Daerah Terhadap Larangan Impor Pakaian Bekas di Kabupaten Indragiri Hilir", (Pekanbaru: Faklultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, 2016).
- Badrudin, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Budyanti, E. Dampak Negatif Impor Pakaian Bekas Terhadap Perekonomian. *Info Singkat*, 2023. 11-15.
- Chotimah, Husnul. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pakaian Bekas di Kota Jambi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 8(2), 27891-27898.
- Dahlia, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Menurut Ekonomi Syariah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Darina, W. O. (2023). Kepuasan Konsumen Terhadap Harga dan Kualitas Pakaian Bekas di Pasar Terapung Kota Ambon Ditinjau dalam Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, IAIN Ambon).
- Dharma setiawan, Aprillian Yaswar. 2018. *Dasar-dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Didin Fatihudin, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2019).
- Hasballah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dalam Perspektif Islam Terhadap Volume Penjualan di Toko Gia Toys Grong-Grong Pidie. *Ameena Journal*, 1(3), 331-339.
- Irhamni, M. F., & Verlandes, Y. (2024). Pengaruh Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pada Toko Lapak Ibu Store Di Mojokerto. *Philosophiamundi*, 2(4), 213-220.
- Kartika, N. D., Setiawan, R. A., & Hanif, P. (2024). Gaya Hidup Masyarakat Dan Minat Beli Pakaian Bekas (Thrift) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 16(2), 119-130.

- Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an dan Terjemah, (Banjarsari : Abyan, 2017).
- Kotler dan Armstrong, Yudhi. "Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio". Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, Juni 2008.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Armstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (Edisi 15, Jilid 1 dan 2). Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam, (Yogyakarta : Prodi Perbankan Syariah STIA Alma Ata Yogyakarta, 2016).
- M. Anang Firmansyah, Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran), (Yogyakarta : Deepublish, 2018).
- M.N Nasution, Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010).
- Madjid, St. S Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah , 2(1), 15–28. 2018.
- Malik, Annisa Safitri (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baju Thrift Di Shabira Store Kabupaten Tulang Bawang. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 6(3), 1547-1557.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 7(3), 1370-1385.
- Noorohmah, Skripsi: "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand's Muslim Departemen Store Cabang Semarang", (Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019).
- Nugroho J Setiadi, Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen, (Bogor : Kencana, 2013), Cet 5.
- Pardede, E. R., Akhmad, I., & Kinasih, D. D. (2023). Pengaruh Trend Fashion Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor Di Online Shop Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA, 2(1), 69-77
- Pardosi, Gomos. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Melati Kota Medan. Journal of Social Science and Digital Marketing, 4(2), 2775-4278.
- Robi Aditya. Skripsi: "Implementasi Peraturan Kementerian Perdagangan Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas (Studi Kasus di Tembilahan)". (Pekanbaru: Ilmu Administrasi FISIPOL Universitas Riau, 2017).
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan. Productivity, 2(3), 228-233.
- Sari, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (Pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Siagian, T. Y., & Rahmadsyah, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrifting Jalan Pajak Sore No. 65 Padang Bulan Kota Medan. Jurnal Ekonomi Revolusioner, 7(8).
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2010).
- Suardi Wekke, Ismail. 2019. Metode Penelitian Sosial Cetakan Pertama. CV. Adi Karya Mandiri. Yogyakarta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2019. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Bandung. Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. 2015. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta: Jakarta
- Suntoyo, D. (2014) Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. CAPS (Center For Academic Publishing Service.)
- Suwoto, A. N., Lestari, V. A. N., Mahadita, D., Amalia, I. Z., Kusna, M. D. L., & Hidayati, A. N.

- (2024). Teori Harga Dalam Islam. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(12).
- Tukuboya, A. I. (2024). Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Pada Double Thrift Jayapura. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 174-182.
- Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. (Yogyakarta : BPFE, 2014).
- Wibowo, A., & Hariyati, N. (2020). Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 29–42.