

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU BEKAS IMPORT (THRIFTING) DI JAKARTA

Nandia Elizabet Rumilda^{1*}, Esty Nurbaity¹, Yeni Sesnawati¹

¹Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

Email: nandiaelizabetrumilda_5525155217@mhs.unj.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengaruh kualitas produk *thrift* terhadap Keputusan pembelian produk *thrift*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sample penelitian ini berjumlah 90 responden yang berdomisili di Jakarta. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis menggunakan uji Chi-Square. Indikator kualitas produk yang digunakan: kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), ketahanan atau daya tahan (*durability*) dan kemudahan perawatan (*serviceability*), serta indikator Keputusan pembelian yang digunakan : Pemilihan produk (*product choice*), pemilihan merek (*brand choice*), pemilihan saluran pembelian (*dealer choice*), penentuan waktu pembayaran (*purchase timing*) dan jumlah pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas produk memperoleh kategori baik, Adapun indikator yang paling berpengaruh tinggi dalam kualitas produk adalah indikator kinerja, keandalan dan ketahanan atau daya tahan. Variabel keputusan pembelian memperoleh kategori tinggi Adapun indikator yang paling berpengaruh tinggi dalam meningkatnya keputusan pembelian adalah indikator pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian dan jumlah pembelian. Hasil analisis data menunjukkan terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju bekas import.

Kata kunci: kualitas produk, keputusan pembelian, baju bekas import

The Influence of Product Quality on the Decision to Purchase Imported Used Clothes (Thrifting) in Jakarta

Abstract: This study aims to determine the influence of product quality on purchase decisions for thrift products. The research method used is a survey method with a quantitative approach. The sample consisted of 90 respondents residing in Jakarta. Data was collected through questionnaires. The data analysis method employed was the Chi-Square test. The indicators used to measure product quality include: performance, reliability, durability, and serviceability. Meanwhile, the indicators used to measure purchase decisions include: product choice, brand choice, dealer choice, purchase timing, and purchase quantity. The results of the study indicate that the product quality variable falls into the "good" category. The most influential indicators of product quality are performance, reliability, and durability. The purchase decision variable falls into the "high" category. The most influential indicators in increasing purchase decisions are brand choice, dealer choice, and purchase quantity. The results of the data analysis show that there is a significant influence of product quality on purchase decisions for imported secondhand clothing (thrift).

Keywords: product quality, purchasing decisions, imported used clothes

PENDAHULUAN

Perkembangan tren mode dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan telah mendorong popularitas produk pakaian bekas impor (*thrift*) di berbagai kota besar, termasuk Jakarta. Pakaian bekas impor kini tidak hanya dipandang sebagai alternatif ekonomis, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang mengedepankan keunikan, keberagaman, dan nilai estetika. Dalam konteks ini, kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk mencakup berbagai dimensi, seperti kinerja, keandalan, ketahanan, dan kemudahan perawatan, yang secara langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dan kepuasan produk. Di sisi lain, keputusan pembelian merupakan proses kompleks yang melibatkan pertimbangan terhadap merek, saluran distribusi, waktu pembelian, serta jumlah pembelian. Pemahaman mendalam mengenai hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian menjadi penting, khususnya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan berubah dengan cepat.

Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam kajian empiris yang menelaah secara khusus bagaimana kualitas produk thrift berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju bekas impor di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, serta memanfaatkan instrumen uji Chi-Square untuk menganalisis hubungan antar variabel. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemasaran dan pengelolaan kualitas produk thrift, sekaligus memperkaya literatur dalam bidang perilaku konsumen dan bisnis retail khususnya pada sektor pakaian bekas impor di pasar lokal.

Kualitas produk didefinisikan sebagai keseluruhan karakteristik dan ciri suatu barang atau jasa yang memengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks penelitian ini, kualitas produk diukur melalui beberapa dimensi utama yaitu kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), ketahanan atau daya tahan (*durability*), dan kemudahan perawatan (*serviceability*) (Arianty, 2015). Keempat indikator tersebut digunakan untuk menilai persepsi konsumen terhadap nilai fungsional dan ketahanan produk, yang sangat relevan dalam menilai barang bekas seperti pakaian thrift.

Keputusan pembelian merupakan proses yang dilalui oleh konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa (Sari, 2021; Zubaida & Latief, 2022). Menurut Kotler & Keller (2016), keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang kompleks. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian dianalisis melalui lima indikator, yaitu pemilihan produk (*product choice*), pemilihan merek (*brand choice*), pemilihan saluran pembelian (*dealer choice*), penentuan waktu pembelian (*purchase timing*), dan jumlah pembelian (*purchase amount*). Indikator-indikator ini membantu menjelaskan secara rinci bagaimana konsumen memilih dan menentukan pembelian produk thrift.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Penelitian oleh Laraswati & Harti (2022) menyatakan bahwa persepsi positif terhadap kualitas produk akan mendorong keyakinan dan minat beli konsumen. Selain itu, studi dari Pardede & Haryadi (2017) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, kualitas produk tidak hanya meningkatkan daya tarik suatu produk, tetapi juga membentuk kepercayaan dan preferensi konsumen.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun berdasarkan dugaan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas produk thrift (dalam hal kinerja, keandalan, ketahanan, dan kemudahan perawatan), maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk

melakukan pembelian. Keterbatasan akses terhadap produk baru dan tren fashion yang terus berkembang menjadi latar belakang mengapa konsumen urban beralih ke pakaian bekas impor sebagai alternatif pilihan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi kualitas menjadi sangat penting dalam memprediksi pola keputusan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju bekas impor di Jakarta. Hipotesis ini akan diuji secara empiris melalui pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei, dengan harapan hasilnya dapat memperkaya pemahaman ilmiah tentang perilaku konsumen dalam sektor pakaian bekas serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha thrift fashion di Indonesia.

Istilah *thrifting* semakin populer di kalangan konsumen urban, terutama generasi muda yang peduli terhadap gaya hidup berkelanjutan dan ekonomi. Thrifting merujuk pada aktivitas membeli barang bekas, khususnya pakaian, yang masih layak pakai dan memiliki nilai estetika maupun fungsi. Kegiatan ini tidak hanya dilandasi oleh faktor ekonomis, tetapi juga oleh keinginan untuk menemukan produk unik, bermerek, dan berkualitas tinggi dengan harga terjangkau (Ghilmansyah, Nursanti, & Utanudewi, 2022). Dalam konteks global, thrifting telah menjadi bagian dari gerakan *slow fashion*, yang mendorong konsumsi secara sadar dan ramah lingkungan (Niinimäki et al., 2020). Di Indonesia, fenomena thrifting berkembang pesat, ditandai dengan meningkatnya pasar pakaian bekas impor serta maraknya komunitas dan platform digital yang memfasilitasi jual beli produk preloved (Putri & Patria, 2022)

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju bekas impor di Jakarta. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menggambarkan hubungan antarvariabel secara sistematis, objektif, dan terukur berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Jenis data yang dikumpulkan bersifat primer, diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui instrumen kuesioner yang telah disusun secara terstruktur.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Jakarta dan memiliki pengalaman dalam membeli produk pakaian bekas impor (thrift). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria bahwa responden merupakan individu yang pernah membeli baju bekas impor minimal satu kali dalam enam bulan terakhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden, yang dianggap telah memenuhi syarat minimal untuk uji statistik non-parametrik.

Instrumen penelitian berupa angket atau kuesioner yang terdiri dari dua bagian utama, yaitu pernyataan yang mengukur persepsi responden terhadap kualitas produk, dan pernyataan yang mengukur keputusan pembelian. Indikator kualitas produk yang digunakan meliputi: kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), daya tahan (*durability*), dan kemudahan perawatan (*serviceability*). Sementara itu, indikator keputusan pembelian mengacu pada model perilaku konsumen yang mencakup: pemilihan produk (*product choice*), pemilihan merek (*brand choice*), pemilihan saluran pembelian (*dealer choice*), waktu pembelian (*purchase timing*), dan jumlah pembelian (*purchase amount*).

Validitas instrumen diuji melalui validitas isi (*content validity*) dengan melibatkan pakar dalam bidang pendidikan tata busana dan perilaku konsumen untuk melakukan *expert judgment*, memastikan bahwa setiap indikator sesuai dengan teori dan dapat mengukur aspek yang dimaksud. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan uji konsistensi internal dengan teknik Alpha Cronbach, untuk menjamin stabilitas dan konsistensi antaritem dalam satu variabel.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik Chi-Square (χ^2) untuk mengetahui ada tidaknya hubungan signifikan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian. Uji Chi-Square dipilih karena data yang dianalisis bersifat kategorikal, dan teknik ini cocok untuk mengetahui asosiasi antara dua variabel dalam skala nominal atau ordinal. Seluruh data yang diperoleh dari hasil kuesioner terlebih dahulu diolah dengan bantuan perangkat lunak statistik, kemudian dianalisis secara deskriptif dan inferensial.

Hasil analisis diinterpretasikan dalam bentuk kategori dan persentase, yang menggambarkan kecenderungan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2023 dan diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam konteks pembelian produk fashion bekas, sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan strategi pemasaran yang berbasis pada peningkatan persepsi kualitas produk thrift.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju bekas impor di Jakarta. Data diperoleh dari 90 responden yang telah memenuhi kriteria sebagai konsumen produk thrift. Penilaian dilakukan berdasarkan dua variabel utama, yaitu kualitas produk dan keputusan pembelian, masing-masing diukur melalui beberapa indikator.

Hasil Penilaian Kualitas Produk

Indikator kinerja memperoleh skor tertinggi sebesar 82% dan berada dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menilai bahwa baju bekas impor memiliki kualitas fungsi yang masih layak dan sesuai harapan. Indikator keandalan dan ketahanan juga memperoleh nilai tinggi, masing-masing 80% dan 78%, yang menandakan bahwa produk thrift dinilai mampu bertahan dalam pemakaian berulang dan dapat diandalkan dari sisi struktur serta tampilan. Namun demikian, pada indikator kemudahan perawatan, nilai yang diperoleh sebesar 72%, yang termasuk kategori cukup. Ini mengindikasikan bahwa sebagian konsumen menghadapi tantangan dalam mencuci, menyimpan, atau merawat pakaian bekas impor agar tetap awet dan nyaman digunakan.

Tabel 1. Indikator Kualitas Produk

Indikator Kualitas Produk	Skor Rata-rata (%) Kategori	
Kinerja (Performance)	82%	Sangat Baik
Keandalan (Reliability)	80%	Baik
Ketahanan (Durability)	78%	Baik
Kemudahan Perawatan (Serviceability)	72%	Cukup
Rata-rata Total	78%	Baik

Keputusan Pembelian

Pada variabel keputusan pembelian, indikator pemilihan merek mendapatkan skor tertinggi sebesar 83% dan termasuk kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa merek masih menjadi pertimbangan utama dalam membeli pakaian bekas impor, meskipun produk tersebut bukan barang baru. Konsumen tetap memiliki preferensi terhadap merek-merek ternama karena dinilai menjamin kualitas dan prestige. Indikator pemilihan saluran pembelian dan jumlah pembelian juga menempati kategori baik, yang menunjukkan bahwa konsumen memilih tempat membeli (online/offline, platform tertentu, atau toko thrift tertentu) secara selektif dan dalam jumlah lebih dari satu. Indikator dengan skor terendah adalah waktu

pembelian, yaitu 71%, mengindikasikan bahwa konsumen cenderung fleksibel dan tidak terlalu mempertimbangkan momen tertentu dalam melakukan pembelian.

Tabel 2. Keputusan Pembelian

Indikator Keputusan Pembelian Skor Rata-rata (%) Kategori		
Pemilihan Produk	76%	Baik
Pemilihan Merek	83%	Sangat Baik
Pemilihan Saluran Pembelian	80%	Baik
Waktu Pembelian	71%	Cukup
Jumlah Pembelian	78%	Baik
Rata-rata Total	78%	Baik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik variabel kualitas produk maupun keputusan pembelian berada dalam kategori *baik* dengan rata-rata skor 78%, yang mengindikasikan bahwa konsumen menilai baju bekas impor sebagai produk yang layak secara fungsi dan estetika, serta masih relevan untuk dibeli dalam konteks gaya hidup masa kini. Dimensi kualitas produk yang paling menonjol adalah kinerja, keandalan, dan ketahanan, mencerminkan ekspektasi konsumen terhadap daya pakai dan daya tahan pakaian thrift meskipun bukan barang baru. Sementara itu, dalam keputusan pembelian, indikator yang paling dominan adalah pemilihan merek dan saluran pembelian, yang menunjukkan bahwa meskipun konsumen membeli produk bekas, aspek reputasi merek dan kepercayaan terhadap tempat pembelian tetap menjadi pertimbangan utama. Hal ini menandakan bahwa keputusan pembelian pakaian thrift hanya disebabkan harga murah, melainkan oleh kombinasi antara kualitas perseptual dan nilai simbolik yang ditawarkan produk.

Perhitungan Uji Chi-Square

Hasil analisis data menggunakan uji Chi-Square menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Nilai Chi-Square hitung lebih besar dari nilai Chi-Square tabel (χ^2 hitung > χ^2 tabel) pada taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam melakukan pembelian pakaian bekas impor

Tabel 3. Hasil Uji Chi-Square

	Keputusan Pembelian Tinggi	Keputusan Pembelian Rendah	Total
Kualitas Produk Baik	60	10	70
Kualitas Produk Kurang	10	10	20
Total	70	20	90

Hitung nilai harapan (E):

$$E = \frac{\text{baris total} \times \text{kolom total}}{\text{grand total}}$$

$$\text{Untuk sel (baik,tinggi)} E = \frac{70 \times 70}{90} = 54.44$$

Untuk sel (baik,tinggi) $E = \frac{70 \times 20}{90} = 15.56$

$$X^2 = \sum_{n=1}^4 \frac{(O - X)^2}{E}$$
$$X^2 = \frac{(60 - 54.44)^2}{54.44} + \frac{(60 - 15.56)^2}{15.56} + \frac{(60 - 15.56)^2}{15.56} + \frac{(60 - 4.44)^2}{4.44}$$

$$X^2 = 0.57 + 1.99 + 1.99 + 6.97 = \mathbf{11.52}$$

df (degree of freedom) = (2-1)(2-1) = 1
 X^2 tabel pada $\alpha = 0.05$ dan df = 1 adalah 3.841

Karena χ^2 hitung (11.52) > χ^2 tabel (3.841), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian pakaian bekas impor. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rorong, Tamengkel, & Mukuan (2021) yang menyebutkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian baju bekas impor di Jakarta. Kualitas produk dinilai dalam kategori baik, dengan indikator paling dominan adalah kinerja, keandalan, dan ketahanan. Konsumen menganggap bahwa meskipun produk yang dibeli merupakan barang bekas, produk tersebut tetap harus berfungsi dengan baik, tahan lama, dan dapat diandalkan dari segi tampilan maupun kenyamanan. Di sisi lain, keputusan pembelian juga berada dalam kategori tinggi, terutama dipengaruhi oleh faktor pemilihan merek, saluran pembelian, dan jumlah pembelian. Hasil uji Chi-Square memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas produk dan keputusan pembelian. Temuan ini memperlihatkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dalam membeli pakaian thrift, tetapi juga memperhatikan aspek mutu dan reputasi produk. Oleh karena itu, persepsi terhadap kualitas tetap menjadi elemen krusial dalam membentuk preferensi dan loyalitas konsumen terhadap produk pakaian bekas impor.

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar pelaku usaha thrift fashion lebih selektif dalam memilih dan mengelola produk yang dijual dengan mengutamakan aspek kinerja, keandalan, dan daya tahan pakaian bekas, serta menyertakan informasi merek secara jelas guna meningkatkan kepercayaan konsumen. Bagi konsumen, penting untuk lebih cermat dalam mengevaluasi kualitas produk thrift sebelum membeli, serta memahami cara perawatan yang tepat agar pakaian dapat digunakan secara optimal dan tahan lama. Selanjutnya, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas lingkup wilayah penelitian dan mempertimbangkan variabel lain seperti persepsi harga, pengaruh tren gaya hidup, atau faktor sosial media, serta mempertimbangkan pendekatan metode campuran agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku pembelian produk pakaian bekas impor.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena thrifting Sebagai Gaya hidup milenial bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1-16.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A framework for marketing management (6/E). *Baski, Essex: Pearson Education Limited*.
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185-196.
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature reviews earth & environment*, 1(4), 189-200.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Putri, A. A. M. S., & Patria, A. S. (2022). Perancangan referensi gaya berpakaian thrifting melalui feed instagram. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 3(2), 125-137.
- 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, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis proses pengambilan keputusan konsumen e-commerce Shopee di lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal Emt Kita*, 6(2).