

Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi

Sherliny Widya

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Email : sherlinywidya868@gmail.com

Habriyanto

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Email : habriyanto@uinjambi.ac.id

Marissa Putriana

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Abstract: *The secondhand clothing market has become a popular alternative choice among consumers, especially in big cities like Jambi. This study aims to explore the factors that influence purchasing decisions of secondhand clothing in Aurduri Market, Jambi City. With the growing interest in second-hand clothing, it is important to understand the variables that influence purchasing decisions to provide deeper insights for sellers and market stakeholders. This study used a quantitative method with a sample of 40 respondents who were randomly selected. Data was collected through a questionnaire designed to evaluate the influence of price, product quality, brand, and socio-cultural factors such as local trends and norms on purchasing decisions. The results showed that price was the dominant factor influencing purchasing decisions, followed by clothing quality and seller reputation. Socio-cultural factors also influence purchasing decisions, albeit with a smaller degree of influence. The findings provide valuable insights for used clothing sellers in Aurduri Market in formulating marketing strategies, as well as enriching the literature on consumer behavior in the context of the used clothing market in Indonesia.*

Keywords: *Price, product quality, income, purchase decision*

Abstrak: Pasar pakaian bekas telah menjadi pilihan alternatif yang populer di kalangan konsumen, terutama di kota-kota besar seperti Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri, Kota Jambi. Dengan berkembangnya minat terhadap pakaian bekas, penting untuk memahami variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi penjual dan pemangku kepentingan pasar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 40 responden yang dipilih secara acak. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengevaluasi pengaruh faktor harga, kualitas produk, brand, serta faktor sosial budaya seperti tren dan norma lokal terhadap keputusan pembelian. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian, diikuti oleh kualitas pakaian dan reputasi penjual. Faktor sosial budaya juga mempengaruhi keputusan pembelian, meskipun dengan tingkat pengaruh yang lebih kecil. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi penjual pakaian bekas di Pasar Aurduri dalam merumuskan strategi pemasaran, serta memperkaya literatur mengenai perilaku konsumen dalam konteks pasar pakaian bekas di Indonesia.

Kata Kunci : Harga, kualitas produk, pendapatan, keputusan pembelian

1. LATAR BELAKANG

Pada dasarnya kebutuhan pokok manusia yaitu sandang, pangan, dan papan. Seiring perkembangan zaman masyarakat kesulitan dalam menentukan mana kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Pemenuhan kebutuhan hidup selalu berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkannya. Untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan selalu berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan. (Abdullah, Boedi, 2010)

Industri pakaian bekas pun menjadi semakin berkembang di Indonesia ditandai dengan maraknya generasi milenial yang bangga dengan menggunakan barang barang second hand, yang biasa disebut dengan *thrifting*. Industri fashion juga memiliki dampak yang sangat buruk untu lingkungan seperti polusi udara dan air. Lebih dari 50% pakaian yang diperjualbelikan berakhir ditempat pembuangan air. (Alma, Buchari, 2014)

Dari fenomena tersebut alih alih membuang baju yang tidak diinginkan atau sudah tidak muat lagi maka masyarakat memperjualbelikan pakaian tersebut. Nanda, salah satu penjualan pakaian bekas (*thrifting*) mengatakan dalam satu hari di jual mulai harga Rp 5.000., hingga Rp 120.000., Penjual lain yaitu Ibu Siti juga mengatakan bahwa para konsumen yang membeli pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi kebanyakan dari mahasiswa, sehingga pendapatannya bisa mencapai Rp 300.000-, sampai dengan Rp 500-,. Apalagi jika banyak pakaian yang di obral atau promo yang ditetapkan penjual maka pendapatan penjual bisa rata rata Rp 500.000 ke atas.

Pakaian bekas adalah pakaian yang dipakai seseorang untuk menutupi tubuhnya yang berupa pakaian import namun pakaian tersebut sudah pernah di pakai oleh orang sebelumnya. (Fatihudin, Didin., 2019) Pakaian bekas ini masuk kedalam wilayah Indonesia dengan menggunakan merek merek luar negeri seperti *Supreme, Balenciaga, Gucci, Lacoste, H&M, UNIQLO, Champions, Dickies, Guess* dan berbagai brand lainnya. Jenis-jenis pakaian bekas tersebut antara lain : pakaian wanita (baju hangat, dress, atasan, celana), dan pakaian pria (jaket, celana panjang, celana pendek, kemeja, *t-shirt, sweater, hoodie*). dan pakaian bekas ini di impor dari luar negeri, yaitu seperti Singapura, Jepang, Malaysia, dan Korea. (Sujarweni, V. Wiratna, 2015)

Trijopto berpendapat bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (Termasuk barang dan jasa lainnya) yang di tukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Sedangkan Basu Swastha dan Handoko berpendapat bahwa harga adalah jumlah uang (Ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta

pelayanannya. Kemudian Djaslim Saladin berpendapat bahwa harga sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk dan jasa. (Trijoptono, Fandy, 2008)

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli tersebut, di simpulkan bahwa harga adalah alat tukar yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas produk barang dan jasa. Dengan kata lain harga merupakan nilai suatu barang yang di tentukan oleh penjual. Jadi harga (price) nilai suatu barang yang di nyatakan dengan uang. (Prinsip Kotler, dkk, 2018)

Salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan pembelian seperti dalam penelitian yang di lakukan oleh fredy Wijaya menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sama halnya dalam

penelitian Ni' matur Rahmayanti dan Muhammad Syaifuddin yang menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian. sehingga peneliti memilih variabel harga sebagai variabel bebas yang pertama. (Awalia, 2022)

Tidak hanya harga saja yang menjadi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, namun kualitas produk juga termasuk kedalamnya. Hani Handoko berpendapat bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi suatu barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaian dengan standar ukur yang telah di tetapkan. (Handoko, 2002)

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kemudian menurut Laksamana, kualitas produk adalah segala sesuatu yang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan dari konsumen. (Rozalinda, 2014)

Berdasarkan definisi di atas, dapat di simpulkan bahwa kualitas produk adalah karakter atau sifat yang dimiliki oleh sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dari konsumen. Adanya perbedaan hasil penelitian antara penelitian yang di lakukan oleh Melly, dkk dalam jurnal penelitiannya yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Gitania A. Rorong, dkk menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di Pasar Baru Langowan.

Dalam penelitian ini akan menguji tentang harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (*Thrifting*) di Pasar Aurduri Kota Jambi. Dimana

pada penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Lengga Kurnia Intan Devi (2019) yaitu penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee”. Hasil penelitian ini yaitu secara parsial kualitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Namun harga dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.¹²

Harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembeli hal ini dapat di lihat dalam penelitian Muhammad Ihsan, “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakai bekas di toko Banjar Second Banjarmasin” menunjukkan kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Banjar Second Banjarmasin. Peneliti menyimpulkan bahwa yang nominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Toko Banjar Second Banjarmasin adalah variabel harga Thitung menunjukkan lebih besar nilainya dibandingkan variabel kualitas produk.

Dari penelitian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan variabel yang sama akan tetapi menggunakan objek penelitian yang berbeda, yaitu konsumen yang membeli pakaian bekas (*Thrifting*).¹⁴ Aktivitas jual beli pakaian bekas (*Thrifting*) dapat kita temukan di berbagai tempat di sekitaran kota Jambi, salah satunya yaitu Pasar Aurduri Kota Jambi. Antuisme masyarakat terhadap pakaian bekas (*Thrifting*) di Kota Jambi selalu bertambah tiap tahunnya, baik dari kalangan menengah kebawah hingga ekonomi menengah ke atas.

Maka dari itu masyarakat yang memanfaatkannya sebagai ladang usaha. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, import pakaian sepanjang Januari-Oktober 2023 mencapai 58,1 ribu ton senilai US 517,2 juta dolar atau Rp 7,34 triliun. Mayoritas atau 82% dari pakaian yang di import tersebut dari Cina. Rata-rata pakaian bekas (*Thrifting*) yang dijual di Pasar Aurduri Kota Jambi masih dalam kondisi yang bagus, bermerek, tidak pasaran, banyak modelnya harga dan kualitasnya tidak kalah dengan pakaian baru, Pakaian bekas itu hanya ada satu model. Selain harganya murah, yang menjadi daya tarik konsumen untuk membeli pakaian bekas ini adalah kualitas produk yang sangat bagus. Contohnya harga pasaran hoodie brand H&M di Mall biasaya mencapai Rp 200.000., s/d Rp 400.000,- ke atas, Namun jika membeli di Pasar Aurduri Kota Jambi anda

mendapatkan hoodie seharga Rp 50.000,- s/d Rp 800.000,- dengan model dan merek yang sama.¹⁵ Dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan Handre selaku konsumen yang membeli pakaian bekas, beliau mengatakan :

Harga sangat penting bagi saya. Biasanya, saya mencari pakaian bekas yang menawarkan nilai lebih baik dibandingkan membeli baru. Saya sering memeriksa label harga dan perbandingan harga di berbagai tempat untuk memastikan saya mendapatkan penawaran yang terbaik, Kualitas adalah faktor kedua yang saya perhatikan. Saya memeriksa kondisi fisik pakaian seperti adanya noda, kerusakan, atau robekan. Saya juga memeriksa bahan dan jahitan untuk memastikan pakaian tersebut masih layak dipakai dan tidak mudah rusak. Pakaian yang tampak dirawat dengan baik biasanya lebih saya pilih.

Penjelasan Handre membuktikan bahwa untuk kalangan ekonomi menengah ke bawah mereka akan mengutamakan harga terlebih dahulu lalu kemudian kualitas produk. Tak jarang pula beliau mendapatkan pakaian branded tetapi dengan harga yang murah.

Metode penelitian yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah melalui wawancara. Wawancara digunakan untuk mendapatkan berbagai informasi dari para pedagang pakaian bekas yang terdapat Di Pasar Aurdur Kota Jambi. Data yang digunakan oleh peneliti ialah data yang diperoleh dari para pedagang pakaian bekas. Informasi berhasil dikumpulkan dari 6 orang informasi dengan penelitian yang dilakukan dari tanggal 05 November- Desember 2023. Berikut ini merupakan data mengenai latar belakang pedagang pakaian bekas yang bersedia diwawancarai secara langsung.

Informasi dalam penelitian ini berjumlah 1 orang. Adapun pendidikan pelaku usaha adalah tingkat SMA (sekolah menengah atas). Berikut ini hasil wawancara harga baik dari aspek pendapatan dan pembelian produk dari pakaian bekas disajikan pada tabel dibawah ini : setiap pedagang pakaian bekas membeli pakaian bekas dengan harga yang cukup berbeda setiap ballnya. Pada pembahasan ini, wawacanra mendalam dilakukan untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai berapa sesungguhnya harga pembelian produk pakaian bekas, harga penjualan sehingga di dapat berapa keuntungan yang didapat pedagang pakaian bekas.

Dari hasil pencarian responden yang dilakukan peneliti terdapat 1 pedagang aktif pakaian bekas di pasar Auduri kota jambi. berdasarkan informasi yang didapatkan dari hasil wawancara dengan beberapa pedagang pakaian bekas yang berada di pasar Aurduri Kota Jambi, menjelaskan bahwa dengan semakin banyak bermunculan pedagang pakaian bekas maka terjadi penurunan pendapatan bagi pedagang sebelumnya. Berikut disajikan pendapatan dan kendala yang dialami pelaku usaha pakaian bekas. Berikut pendapatan

pakaian bekas di pasar aurduri kota jambi :Responden dari hasil wawancara pemilik toko penghasilan bersih didapat hingga Rp.5.000.000 dalam satu bulan, setelah dikurangi dari harga ongkos kirim dan lain-lain. Wartini mengatakan pendapatan tersebut sudah cukup untuk membeli ball pakaian bekas yang habis dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk kendala dalam menjalankan usaha, Wartini mengatakan adanya pemberitahuan kualitas barang tekstil yang merugi sehingga merasa dilemma karena mengambil barang bekas sekarang ini sudah mulai sulit. Serta kendala ketika pelanggan mengeluhkan tentang pakaian yang cacat.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah di paparkan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul “**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI PASAR AURDURI KOTA JAMBI**”

2. KAJIAN TEORITIS

Definisi Harga

Harga dalam teori ekonomi islam, tidak berbeda dengan ekonomi konvensional, harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi, harga, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang di tawarkan kepada pembeli dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.

Definisi kualitas produk

Secara teoritis, produk di artikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Kotler produk merupakan segala sesuatu yang di tawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Trijoptono produk merupakan segala sesuatu yang dapat di tawarkan produsen untuk dapat di perhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai alat untuk dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

3. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Metode adalah suatu prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu. Sedangkan Penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis sampai menyusun laporannya. Metode penelitian adalah salah satu cabang ilmu pengetahuan yang membahas dan menguraikan tentang langkah-langkah, cara-cara atau teknik-teknik dalam pelaksanaan penelitian, seperti mengidentifikasi, mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis sampai menyusun laporan sesuai dengan fakta-fakta yang terjadi di lapangan secara ilmiah.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian untuk menguji teori- teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Penelitian kuantitatif juga merupakan pendekatan yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen peneliti, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun arah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian kuantitatif bersifat terencana, menuntut penggunaan angka, memenuhi kaidah-kaidah ilmiah seperti empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis, dengan kata lain penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan sampel atau populasi yang dianalisis menggunakan statistik. Alasan memilih penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian ini berfokus pada pengamatan yang mendalam sehingga menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif.

Penelitian ini ialah penelitian lapangan yang tujuannya guna memperoleh berbagai data dan informasi dilakukan. Yang dimaksud dalam penelitian yaitu mencari data dan informasi di lapangan untuk mengetahui permintaan pakaian bekas di pasar Aurduri Kota Jambi. Menurut sifatnya, dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui, Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan.

Penelitian dengan pendekatan ini dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari Harga (X1), Kualitas Produk (X2),

Pendapatan (X3) terhadap variabel Y (variabel terikat) yaitu Keputusan Pembelian.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada para pedagang di Pasar Aurduri Kota Jambi, Sementara waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan bulan November 2023.⁴⁵

Jenis Data Dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data merupakan terknik atau metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yang sedang diteliti. Artinya, teknik pengumpulan data memerlukan langkah yang strategis dan juga sistematis untuk mendapatkan data yang valid dan juga sesuai dengan kenyataannya. Terdapat dua jenis sumber data yaitu sebagai berikut :

Data Primer Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi secara langsung baik itu melakukan wawancara, kuesioner ataupun angket dari orang atau sekelompok orang yang masuk dalam karakteristik responden. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan kuesioner atau pernyataan kepada

Data Sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti, artikel, buku-buku sebagai teori, jurnal dan bacaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.⁴⁶

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berjudul. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka pembahasan penelitian ini sebagai berikut :

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi. Dari uji hipotesis yang telah dilakukan menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat uji t untuk variabel (X1) terhadap keputusan pembelian di peroleh nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung $>$ ttabel yaitu sebesar $0,623 > 1,984$. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa

H1 diterima H0 ditolak yang menyatakan terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Harga menjadi sesuatu yang penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku, Hal ini berlaku juga untuk penjualan pakaian bekas, dengan maraknya trend fashion menggunakan pakaian bekas yang di gemari oleh masyarakat kota jambi, mereka akan timbul kebanggaan tersendiri ketika bisa mendapatkan pakaian bekas dengan harga murah, berkualitas dan branden, selain itu tak jarang pula ada beberapa barangnya yang langka. Sehingga harga menjadi faktor pendorong konsumen untuk membeli pakaian bekas.

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi.

Dari uji hipotesis yang telah dilakukan menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat uji t untuk variabel (X2) terhadap keputusan diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu sebesar $0,847 > 1,984$. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa H2 diterima H0 ditolak yang menyatakan terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Kualitas produk menjadi faktor pendorong konsumen dalam membeli pakaian bekas yang mempengaruhi dalam kepuasan konsumen. Kualitas produk berhubungan dengan penilaian terhadap produk untuk memenuhi harapan konsumen.

Pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi.

Dari uji hipotesis yang telah dilakukan menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat uji t untuk variabel (X2) terhadap keputusan diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu sebesar $3,660 > 1,984$. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa H2 diterima H0 ditolak yang menyatakan terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh harga, kualitas produk, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menggunakan uji F diketahui bahwa nilai signifikan untuk pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), pendapatan (X3) Terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung 23,696 $> F_{tabel} 3,09$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh harga, kualitas produk, dan pendapatan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi. Berdasarkan tabel nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,667 atau 66,7% yang mengandung arti bahwa keputusan pembelian pakaian bekas dipengaruhi

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, pendapatan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- Variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi
- Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi
- Variabel pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Aurduri Kota Jambi

Secara simultan (bersama-sama) variabel keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas produk, dan pendapatan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian kesimpulan di atas, peneliti menyampaikan pesan yang sekiranya dapat bermanfaat kepada pihak-pihak terkait. Adapun saran yang harus disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemilik toko

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka disarankan untuk pelanggan agar tetap memberikan harga dan jangkauan dan menjaga serta meningkatkan kualitas produk pakaian bekas yang di jualkan dan tetap memperhatikan kebutuhan konsumen.

2. Bagi Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian di atas, disarankan agar konsumen lebih

memperhatikan harga dan kualitas produk yang di tawarkan oleh penjual dan lebih tepat mempertimbangkan sebelum melakukan pembelian. Selain itu konsumen harus memeriksa dan meninjau hal yang terlarang ditetapkan dalam syariat islam yaitu golongan orang yang mengamhambur-hamburkan kekeyaan tanpa mengindahkan apa yang di larang oleh hukum islam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, serta sebagai referensi bagi peneliti yang berniat untuk melakuka penelitian dimasa yang akan datang. Selain itu, peneliti ini diharapkan dapat menambahkan variabel pendukung lainnya selain kualitas produk agar informasi yang diperoleh lebih lengkap dan memenuhi informasi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B. (2010). *Peradapan pemikiran ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, B. (2014). *Manajemen bisnis syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi Revisi VI). Jakarta: Rineka Cipta.
- Awalia, N. (2019). Minat konsumen dalam memilih pakaian bekas di pasar Simpang Kota Prepare (Konsistensi hukum ekonomi Islam) [Skripsi, IAIN Prepare]. Diakses dari [URL jika ada].
- Badrudin. (2014). *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Daga, R. (2017). *Citra, kualitas produk, dan keuangan pelanggan*. Makassar: Global-RCI.
- Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 18). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2016). *Pengantar statistika inferensial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Handoko, H. (2002). *Manajemen personalia dan sumberdaya manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, S. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pakaian bekas pada masyarakat Kabupaten Labuhan Batu Selatan [Skripsi, IAIN Padangsidimpuan]. Diakses dari [URL jika ada].
- Hidayat, D. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Suzuki pada PT. Suzuki Center Kartini Bandar Lampung [Skripsi, Informasi dan Bisnis Darmajaya]. Diakses dari [URL jika ada].

- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pembeli gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut) [Skripsi, UIN Sumatra Utara]. Diakses dari [URL jika ada].
- Ihsan, M. (2021). Pengaruh kualitas, produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di toko Banjar Second Banjarmasin. Diakses dari [URL jika ada].
- Indadari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dkk. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Alih bahasa I. Nurmawan). Jakarta: Erlangga.
- Prastiwi, K. (2021). Pengaruh kualitas produk, produk, dan harga serta citra merek terhadap keputusan pembelian fashion import proloved pada toko online RatuVintage_Prastiwi [Skripsi, Universitas Mercu Buana]. Diakses dari [URL jika ada].
- Rajasa, M. A. (2020). Kemendag selidiki lonjakan import pakaian dan aksesoris. CNN Indonesia. Diakses dari <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201002181925-92>
- Rozalinda. (2014). *Ekonomi Islam: Teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Satriani, M. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen penggunaan jasa pengiriman barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jambi. Diakses dari [URL jika ada].
- Sekar, U. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Trijoptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, A. P. (2016). Pengaruh harga bauran pemasaran terhadap kepuasan pembelian konsumen di minimarket Kopma [Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta]. Diakses dari [URL jika ada].
- Veithzal Rivai, Z., dkk. (2017). *Islamic marketing management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yusuf, M. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.