

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ULASAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE**

(Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo)

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan Pada Jenjang Strata Satu (S1)
Program Studi Manajemen

Nama : Fajar Tri Wibowo

NIM : C0118032

Pembimbing 1 : Dra. Sriwijastuti, M.M

Pembimbing 2 : Zandra Dwanita Widodo, S.Pd., SE., M.M

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN
SURAKARTA**

2022



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA

PERNYATAAN PENULIS

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth Di Kota Sukoharjo)

Nama : Fajar Tri Wibowo

NIM : C0118032

1. Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenar – benarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri. Jika pada suatu saat ada pihak yang mengklaim bahwa penelitian ini sebagai karyanya yang disertai dengan bukti yang cukup, maka saya bersedia membatalkan gelar saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.
2. Saya menyatakan bahwa hasil penelitian ini diperbolehkan untuk disebarluaskan dan dipublikasikan secara umum oleh Universitas Tunas Pembangunan Surakarta bersama dengan dosen pembimbing.

Surakarta, 12 Juli 2022



Fajar Tri Wibowo



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI
(PERNYATAAN PEER REVIEWER)**

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee” (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth Di Kota Sukoharjo).

Nama : Fajar Tri Wibowo

NIM : C0118032

Naskah Publikasi ini telah memenuhi syarat sebagai Artikel Ilmiah dan dapat diajukan dalam jurnal ilmiah, berdasarkan atas hasil karya ilmiah/penelitian yang telah Peneliti selesaikan.

Surakarta, 12 Juli 2022

Pembimbing 2

(Zandra Dwanita W., S.Pd, S.E, M.M)
NIDN. 0609099301

Pembimbing 1

(Dra. Sri Wijastuti, MM)
NIDN. 0608106401



UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Prouk Terhadap Keputusan Pembelian di

Shopee (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo)

Nama : Fajar Tri Wibowo

NIM : C0118032

Naskah Publikasi ini telah diujikan di depan dewan penguji

pada hari/tanggal: 22 Juli 2022

Ketua Penguji Dra. Mrihrahayu Rumaningsih, MM

Sekretaris Drs. Syahri Al Husin, MS

Anggota Dra. Sri Wijastuti, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

(Drs. Trio Handoko, MM.)
NIDN. 0630055901

(Kurniawati Darmaningrum. SE., MM.)
NIDN. 0621019302

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE

(Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo)

Fajar Tri Wibowo¹, Sri Wijastuti², Zandra Dwanita Widodo³

Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Fajartriwibowo29@gmail.com, 64sriwijastuti@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian di Shopee (studi kasus pada brand Manly Cloth di kota Sukoharjo). Penggunaan metode untuk menentukan sampel ialah berupa teknik *non probability sampling* dengan metode *purpose sampling* sehingga didapat sejumlah 100 responden. Data responden didapat dengan menyebarkan kuisioner yang telah disusun kepada responden melalui media online. Dari populasi sejumlah 100 orang, dengan menggunakan Teknik *probability sampling*. Diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil analisis dilakukan diketahui bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada brand Manly Cloth di Sukoharjo.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Ulasan Produk Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, price and product reviews on purchasing decisions at Shopee (a case study on the Manly Cloth brand in the city of Sukoharjo). The use of the method to determine the sample is in the form of a non-probability sampling technique with a purpose sampling method so that a number of 100 respondents are obtained. Respondent data was obtained by distributing questionnaires that had been compiled to respondents through online media. From a population of 100 people, using probability sampling technique. The number of samples obtained is 100 people. The analysis used is multiple linear regression using SPSS Version 26. Based on the results of the analysis, it is known that the influence of product quality, price and product reviews has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee on the Manly Cloth brand in Sukoharjo.

Keywords: Product Quality, Price, Product Review, Purchasing Decisions

A. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis semakin ketat di era perkembangan teknologi yang semakin pesat. Dimana hal ini membuat para pelaku usaha harus lebih cerdas dalam berfikir kritis, kreatif dan inovatif dalam kancah sosial, budaya, politik dan ekonomi. Pelaku bisnis harus selalu mengembangkan strategi bisnis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan agar perusahaan tersebut bisa mempertahankan bisnisnya dan dapat berkompetitif di dunia bisnis.

Kaos polos sudah menjadi kebutuhan primer bagi setiap laki-laki, disadari atau tidak, dalam kesehariannya laki-laki dengan berbagai macam jenis tipe kaos polos. Produk Manly Cloth adalah brand apparel asal Sukoharjo yang fokus dalam menjual atau memasarkan produk kaos polos berupa kaos lengan pendek (*short sleeve*), kaos lengan panjang (*long sleeve*) dan kaos berkerah. Manly Cloth kini tersedia di beberapa *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee dan Manly Cloth juga melayani pembelian via offline di *warehouse* mereka di Grogol, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah.

Dalam persaingan bisnis, kualitas produk sangat berpengaruh kepada minat konsumen. Manly Cloth selalu menjaga kualitas produk Manly Cloth dengan kemasan yang melindungi produk Manly Cloth dari tahap distribusi hingga sampai ke tangan pembeli. Untuk packaging, Manly Cloth menggunakan plastik dan bubble wrap untuk pembelian ecer atau satuan, sementara untuk pembelian grosir Manly Cloth menggunakan packaging totebag atau tas berbahan kanvas. Sementara untuk produk kaos polos, Manly Cloth menggunakan bahan 100% cotton combed yang memiliki beberapa varian ketebalan bahan kaos polos yaitu 30s, 24s dan 20s. Pada setiap kaos polos yang menjadi produk utama Manly Cloth, Manly Cloth selalu melakukan quality check pada setiap produknya untuk mengantisipasi adanya cacat produksi pada setiap produknya.

Disamping itu, keputusan pembelian konsumen bagi penjualan perusahaan, karena dengan besarnya jumlah konsumen yang ingin membeli produk, maka semakin tinggi peluang brand untuk menerima keuntungan dan semakin tinggi pula peluang brand mendapatkan pelanggan tetap. Menurut Sudaryono dalam (Sudjirin. M. M, 2020) keputusan pembelian merupakan kegiatan melalui pemilihan beberapa alternatif yang ada. Maksudnya, seseorang harus memilih beberapa alternatif yang sudah diberikan. Sementara ulasan produk melalui platform online merupakan salah satu jenis upaya pemasaran yang dilaksanakan dari mulut ke mulut. Misalnya apabila ada customer yang merasa puas terhadap suatu produk, maka customer tersebut tidak hanya menyukai produk tersebut saja, akan tetapi customer tersebut bisa saja sering membahas produk tersebut kepada lingkungannya. Jadi, brand tersebut sangat terbantu dalam memperkenalkan produknya secara lebih luas dengan adanya *word of mouth*.

Harga produk merupakan ukuran terhadap nilai kepuasan individu terhadap produk yang telah mereka beli. Lebih tepatnya harga ialah nilai yang dilambangkan dengan jenis mata uang yang belaku sebagai alat tukar terhadap barang yang diperjual belikan tertentu. Harga merupakan sejumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan produk atau jasa tertentu, atau kombinasi keduanya (Adi et al., 2018). Tidak dapat disangkal bahwa harga adalah sebuah unsur yang krusial bagi perusahaan untuk mempengaruhi customer ataupun untuk perusahaan agar dapat bersaing di industri tersebut. Harga yang ditentukan oleh perusahaan dapat meningkatkan minat terhadap beberapa produk yang berbeda. Dalam hal ini Manly Cloth memberikan patokan harga yang terkesan terjangkau bagi masyarakat luas, akan tetapi Manly Cloth selalu memberikan gambaran atau display produk yang memiliki kualitas premium atau berkelas.

Dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Manly Cloth di *marketplace* Shopee?
2. Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada produk Manly Cloth di *marketplace* Shopee?
3. Apakah ada pengaruh antara ulasan produk terhadap keputusan pembelian pada produk Manly Cloth di *marketplace* Shopee?
4. Apakah ada pengaruh antara kualitas produk, harga dan ulasan produk secara menyeluruh terhadap keputusan pembelian produk Manly Cloth di *marketplace* Shopee?

LANDASAN TEORI

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dari proses keputusan pembeli yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan juga mengevaluasi seberapa baikmya masing- masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Gunarsih et al., 2021). Adapun indikator menurut (Kotler 2018:70) dalam (Brama Kumbara, 2021), yaitu:

a. Kemantapan pada sebuah produk.

Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau, dan factor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli produk apakah produk tersebut benar- benar ingin digunakan atau dibutuhkan.

b. Kebiasaan dalam membeli produk.

Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. Oleh karena itu, konsumen merasa tidak nyaman jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka cenderung memilih produk yang sudah biasa digunakan.

c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain. Mereka ingin orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain.

Kualitas Produk

Menurut (Permata Sari, 2021) kualitas produk adalah suatu tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingnya, sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan konsumen bahwa produk yang berkualitas tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan oleh konsumen. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah
2. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
3. Kualitas dapat membedakan antara produk perusahaan dengan pesaingnya.

Sementara Indikator kualitas produk menurut Armstrong (2018) adalah :

1. Rasa yang enak, menyangkut penilaian pelanggan terhadap cita rasa sebuah produk yang ditawarkan.
2. Fitur produk, indikator fitur merupakan sebagai alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing.
3. Daya tahan kemasan, daya tahan menunjukkan dari segi pengemasan dan usia produk.

Harga

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Menurut (Adi et al., 2018) Harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satuan mata uang alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Perusahaan harus selalu memonitor keadaan pasar. Dari hasil monitor inilah perusahaan tahu adanya perubahan pasar dan adanya perbedaan konsumen. Sementara Indikator harga menurut Tjiptono dalam (Stefani & Cilvanus, 2020), yaitu:

- Perbandingan harga dengan produk lain, yaitu bagaimana perbandingan harga produk dengan produk pesaingnya.
- Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu apakah harga yang di tawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan.
- Keterjangkauan harga, yaitu adalah keterjangkauan harga yang ditawarkan produsen kepada konsumen

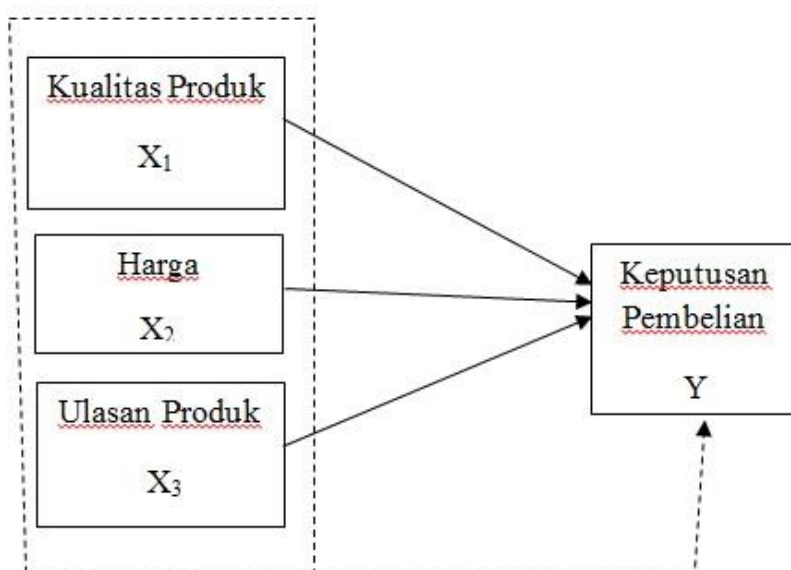
Ulasan Produk

Ulasan produk merupakan sebuah fitur yang terdapat di Shopee berguna untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kelebihan atau kekurangan sebuah produk. Ulasan produk menurut (Saripa, 2019) adalah tulisan yang menerangkan tentang keadaan suatu produk yang telah dibeli oleh pembeli. Biasanya ulasan produk ditulis pada kolom yang sudah disiapkan oleh pengembang aplikasi E-commerce, youtube, blog atau sosial media lainnya. Fitur online consumer reviews dapat berbentuk ulasan produk yang ada pada marketplace. Sementara Indikator ulasan produk menurut (Damayanti, 2019) yaitu :

- Kepercayaan terhadap informasi yang diberikan
- Kebenaran informasi yang diberikan
- Skor atau rating sesuai kualitas barang
- Seberapa banyak barang di rievew
- Rekomendasi barang

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



GAMBAR 1 KERANGKA PEMIKIRAN

Keterangan:

—————> Pengaruh secara parsial

-----> Pengaruh secara simultan

Variabel yang digunakan berupa *independent variabel* (variabel bebas) yang terdiri dari kualitas produk, harga, dan ulasan produk serta *dependent variabel* (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian.

Melalui kerangka pemikiran tersebut maka penulis menetapkan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

1. Diduga terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo
2. Diduga terdapat pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo
3. Diduga variable Harga paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo
4. Diduga terdapat interaksi pengaruh secara simultan (Bersama-sama) antara kualitas produk, harga, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo
- 5.

B. METODE PENELITIAN

Uji Validitas

Suatu data dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan positif dengan signifikansi $<0,05$ maka dinyatakan valid. Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 26, semua variabel X1, X2, X3 dan Y dinyatakan valid dengan nilai signifikansi $<0,05$ dan nilai r hitung $>$ dari r tabel (0,197).

Uji Reliabilitas

Suatu data dikatakan reliabel jika $\alpha > 0,60$

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk	0,840	0,60	Reliabel
Harga	0,816	0,60	Reliabel
Ulasan Produk	0,903	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,797	0,60	Reliabel

Dengan tabel diatas yang berasal dari olah data melalui SPSS versi 26 nilai *cronbach alpha* dari setiap variabel $> 0,60$, maka dapat dinyatakan data tersebut reliabel tiap variabelnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,96223201
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,045
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

GAMBAR 2 Hasil Uji Normalitas

Pada tabel Uji *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa signifikansi diperoleh sebesar 0,200 dimana batas standard yaitu $> 0,05$. Maka model regresi diatas memenuhi asumsi normal.

Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,387	1,510		-,256	,798		
	KP_TOTAL	,392	,102	,360	3,839	,000	,407	2,459
	H_TOTAL	,422	,107	,395	3,927	,000	,353	2,837
	UP_TOTAL	,154	,073	,156	2,111	,037	,650	1,538

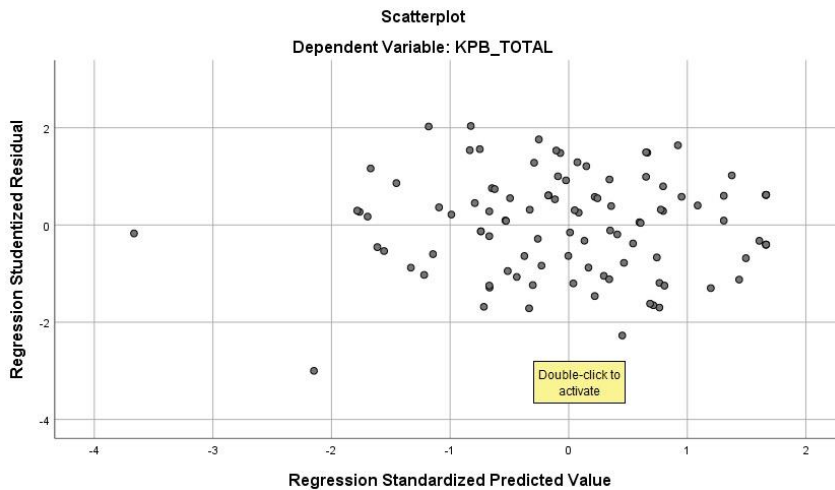
a. Dependent Variable: KPB_TOTAL

Gambar 3

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai VIF dan Tolerance dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- Nilai VIF dari Variabel Kualitas Produk adalah $2,459 < 10,00$ dan nilai Tolerance $0,407 > 0,10$, maka artinya Variabel Kualitas Produk tidak terjadi Multikolinieritas.
- Nilai VIF dari Variabel Harga adalah $2,837 < 10,00$ dan nilai Tolerance $0,353 > 0,10$, maka artinya Variabel Harga tidak terjadi Multikolinieritas.
- Nilai VIF dari Variabel Ulasan Produk adalah $1,538 < 10,00$ dan nilai Tolerance $0,650 > 0,10$, maka artinya Variabel Ulasan Produk tidak terjadi Multikolinieritas.

Uji Heterokidastisitas



Gambar 4

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dengan merata di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Ini berarti model regresi memenuhi syarat homokedastisitas dan tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,387	1,510		-,256	,798		
	KP_TOTAL	,392	,102	,360	3,839	,000	,407	2,459
	H_TOTAL	,422	,107	,395	3,927	,000	,353	2,837
	UP_TOTAL	,154	,073	,156	2,111	,037	,650	1,538

a. Dependent Variable: KPB_TOTAL

Gambar 5

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien Kualitas Produk 0,392, Harga 0,422, Ulasan Produk 0.154

Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,387	1,510		-,256	,798
	KP_TOTAL	,392	,102	,360	3,839	,000
	H_TOTAL	,422	,107	,395	3,927	,000
	UP_TOTAL	,154	,073	,156	2,111	,037

a. Dependent Variable: KPB_TOTAL

Gambar 6

Dilihat dari tabel di atas, diselidiki bahwa uji tengah menyelesaikan korelasi antara t tabel dan t_{hitung} termasuk dalam premis dinamis. Df = 100 - 3 - 1 = 96, maka t tabel dalam penelitian ini

adalah 1,985. Untuk dapat melihat ada tau tidaknya pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan melihat tingkat signifikansi apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $t < 0,05$. Dari hasil uji t atau uji parsial tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh variabel Kualitas Produk (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kualitas produk = 3,839, artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,839 > 1.985$), maka H_0 ditolak , sehingga diartikan bahwa variabel keputusan pembelian berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian
- 2) Pengaruh variabel Harga (X2) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai t_{hitung} variabel Harga = 3,927 artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,927 > 1.985$), maka H_0 ditolak, sehingga diartikan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian
- 3) Pengaruh variabel Ulasan produk (X3) terhadap variabel Keputusan (Y) Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai t_{hitung} variabel Keputusan pembelian = 2,111, artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,111 > 1.985$) maka H_0 ditolak, sehingga diartikan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	730,525	3	243,508	61,327	,000 ^b
	Residual	381,185	96	3,971		
	Total	1111,710	99			

a. Dependent Variable: KPB_TOTAL

b. Predictors: (Constant), UP_TOTAL, KP_TOTAL, H_TOTAL

Gambar 7

Berdasarkan pengujian signifikan variabel dapat dilihat dengan memperhatikan nilai signifikan dan $df = n - k$, juga nilai F hitung. Maka jika F hitung dan nilai sig $< 0,05$ dapat disimpulkan variabel independen atau Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian variabel penelitian secara simultan dilakukan melalui output spss sebagai ANOVA: $DF2 = 100 - 3 = 97$ dan $DF1 = 4 - 1 = 3$, maka nilai F tabel adalah sebesar 2,70 sedangkan nilai signifikan 0,000 sehingga diperoleh $61,327 > 2,70$ dan nilai Sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811 ^a	,657	,646	1,99266

a. Predictors: (Constant), UP_TOTAL, KP_TOTAL, H_TOTAL

b. Dependent Variable: KPB_TOTAL

Gambar 8

Berdasarkan tabel diatas dapat didapatkan Angka Adjusted R Square adalah 0,646 atau 64,6% Presentase pengaruh variabel Independen terhadap Dependen didapatkan 64,6%

C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian, maka H_0 diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T yang menunjukkan Nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya. Artinya semakin tinggi Kualitas Produk yang baik dari perusahaan, maka Keputusan Pembelian pada Manly Cloth semakin tinggi pula dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini ditandai dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan dengan penelitian terdahulu dari (Ernawati, 2019) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki Pengaruh positif

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Harga dengan Keputusan Pembelian, maka H_0 diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T yang menunjukkan Nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh antara variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya. Artinya semakin yang baik dari perusahaan, maka Keputusan Pembelian pada Manly Cloth semakin tinggi dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini ditandai dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan dengan penelitian terdahulu dari (Arianto, 2020) yang menyatakan bahwa Harga secara parsial memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Ulasan Produk dengan Keputusan Pembelian, maka H_0 diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T yang menunjukkan Nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi Terdapat pengaruh antara variabel Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya. Artinya semakin banyak Ulasan Produk yang baik yang diberikan kepada perusahaan, maka Keputusan Pembelian pada Manly Cloth semakin tinggi dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ulasan Produk yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik. Hal ini ditandai dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan dengan penelitian terdahulu dari (Ghofur Ainun Najib & Noor Adriana, 2022) yang menyatakan bahwa Ulasan Produk secara parsial memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Pelanggan dengan Keputusan

Pembelian, maka H_0 diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji F yang menunjukkan F hitung dan nilai sig < 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Pelanggan yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk Manly Cloth yang baik dapat menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk membulatkan pilihan atau memutuskan pilihan produk kaos polos mana yang akan dibeli. Harga dari Manly Cloth yang relatif terjangkau juga menjadi pengaruh besar dalam keputusan pembelian konsumen di *marketplace* Shopee. Ulasan produk sama berpengaruhnya dengan kualitas produk dan harga dalam hal keputusan pembelian di Shopee pada Manly Cloth, dimana ulasan produk menjadi fitur yang digunakan calon konsumen untuk melihat reputasi dari produk kaos polos Manly Cloth dan untuk melihat pengalaman konsumen lain dalam pembelian produk kaos polos di Manly Cloth

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Oleh karena itu perusahaan atau Manly Cloth diharapkan dapat mempertahankan keunggulan-keunggulan kualitas produk perusahaan antara lain jenis kain yang digunakan, pola potongan kaos dan *packaging* yang lebih baik

Dalam penelitian ini variabel Harga juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka dari itu, disarankan Manly Cloth dapat mempertahankan harga yang relatif bisa diterima customer dari semua kalangan tanpa harus mengurangi kualitas produk Manly Cloth.

Sementara dari hasil uji hipotesis yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, Ulasan Produk menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian namun dan terbukti signifikan. Maka dari itu, disarankan Manly Cloth lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan seperti pelayanan *customer service*, kecepatan membalas pesan dari customer ketika ada complain atau keperluan dari konsumen yang disesuaikan dengan kebutuhan para konsumen dengan harapan semakin meningkatnya *rating* di dalam fitur ulasan produk yang ada di Shopee

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Damayanti, R. S. (2019). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW AND RATING , E-SERVICE QUALITY DAN PRICE TERHADAP MINAT BELI TAHUN 2019 Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Skripsi*, 1–55.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ghofur Ainun Najib, A., & Noor Adriana, A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Fusion*, 2(01), 171–180. <https://doi.org/10.54543/fusion.v2i01.145>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Saripa. (2019). Pengaruh Ulasan Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Tokopedia (Studi Kasus 3 Kecamatan Dikota Makassar). *Skripsi Sekolah Tinggi Ekonomi Nobel Indonesia*.
- Stefani, K., & Cilvanus, H. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruangguru. *Media Informatika*, 19(2), 72–87. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v19i2.44>
- Sudjirin. M. M. (2020). Keputusan Penggunaan Grab-Bike pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta di Pondok Labu. *UPN Veteran Jakarta*.