

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN BRAND EQUITY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PAKAIAN BEKAS DI KIOS JELITA DESA PAMBANG BARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Oleh

Yolanda Armel

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya masyarakat yang berminat untuk membeli pakaian bekas dibandingkan dengan pakaian baru karena harganya yang terjangkau, serta kualitasnya yang masih layak pakai, dan tidak jarang banyak terdapat baju yang memiliki merek terkenal. Sampel dari penelitian berjumlah 54 orang dimana mereka merupakan pelanggan tetap di kios jelita yang mayoritas masyarakat Desa Pambang Baru. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara, kuesioner (angket), dan observasi. Teknik analisa data didalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh dari minat beli konsumen untuk membeli pakaian bekas karena harga yang ditawarkan terjangkau serta kualitas produk (pakaian bekas) masih cukup layak untuk digunakan. Tidak hanya itu pakaian bekas yang ada di Kios Jelita juga banyak yang bermerk terkenal asalkan pembeli memilih dengan teliti dan sabar. Dalam uji (parsial) yang sudah dilakukan untuk harga, kualitas produk, dan brand equity. Harga dan kualitas produk yang memiliki pengaruh signifikan dengan nilai hitung harga sebesar 3,659 dan nilai t hitung kualitas produk sebesar 2,288. Sedangkan t hitung brand equity hanya sebesar -0,567 yang artinya brand equity tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap pakaian bekas.

Kata kunci: Minat Beli, Konsumen, Pakaian Bekas, Ekonomi Islam