

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Reynd Clothing

Oleh :
Fitra Firmansyah

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan utama masyarakat yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan gaya hidup, identitas, dan preferensi konsumen. Perkembangan industri fashion yang semakin kompetitif menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu menghadirkan produk dengan kualitas yang baik serta variasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan selera pasar. Reynd Clothing sebagai salah satu pelaku usaha dibidang pakaian mengalami masalah karena terjadinya fluktuasi penjualan yang cenderung pada penurunan salah satunya dipicu oleh masih rendahnya penilaian konsumen terhadap kualitas produk, seperti ketahanan produk, ketersediaan yang kurang bervariasi, sehingga menyebabkan kecenderungan konsumen untuk membeli produk dalam jumlah sedikit dalam sekali transaksi dalam satu transaksi. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen belum sepenuhnya merasakan kualitas dan variasi produk yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisis dan deskripsikan bagaimana kualitas produk dan variasi produk mempengaruhi keputusan pembelian pada Reynd Clothing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif melalui pendekatan deskriptif verifikatif dengan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan data yang diperoleh melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan variasi produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Reynd Clothing. Secara parsial, kedua variabel tersebut juga terbukti memberikan kontribusi yang berarti terhadap peningkatan keputusan pembelian, dengan variabel variasi produk memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas produk. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan mutu dan ketahanan produk, tetapi juga keberagaman pilihan ukuran, model, dan desain yang ditawarkan. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu karena membahas kualitas produk, variasi produk dan keputusan pembelian dalam satu model analisis sedangkan sebagian besar penelitian terdahulu membahas variabel tersebut secara terpisah.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Variasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Product Variety on Purchase Decisions at Reynd Clothing

By:

Fitra Firmansyah

Clothing is one of the primary needs of society that not only functions as body protection, but also as a means to express lifestyle, identity, and consumer preferences. The increasingly competitive development of the fashion industry requires every business actor to be able to present products with good quality and variety that are able to meet market needs and tastes. Reynd Clothing as one of the business actors in the clothing sector is experiencing problems due to fluctuations in sales that tend to decline, one of which is triggered by the still low consumer assessment of product quality, such as product durability, less varied availability, thus causing a tendency for consumers to buy products in small quantities in one transaction in one transaction. This shows that consumers have not fully experienced the optimal quality and variety of products. This study aims to determine, analyze, and describe how product quality and product variety influence purchasing decisions at Reynd Clothing. The research method used is a quantitative research method through a descriptive verification approach with multiple linear regression analysis, t-test, f-test, and coefficient of determination with data obtained through questionnaires. The results of the study indicate that simultaneously product quality and product variety have a significant positive effect on purchasing decisions at Reynd Clothing. Partially, both variables were also shown to contribute significantly to increased purchasing decisions, with product variety having a more dominant influence than product quality. This finding suggests that consumers consider not only product quality and durability but also the variety of sizes, models, and designs offered. This study differs from previous research because it discusses product quality, product variety, and purchasing decisions in a single analytical model, whereas most previous studies address these variables separately.

Keywords: Product Quality, Product Variety, Purchase Decision