

PENGARUH DESAIN, KUALITAS, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA GALERI AL-ZAHRA BANJARBARU

Muhammad Shalehuddin¹, Akhmad Hulaify², Parman Komarudin³

¹Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NPM.18810051

²Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB. NIK.061004338

³Ekonomi Syariah,60202,Fakultas Studi Islam,Universitas Islam Kalimantan MAB.NIK.061310674

Email: shalehuddinms@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak Desain Produk, Kualitas Produk, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim di Galeri Al-Zahra Banjarbaru. Variabel independen yang digunakan dalam analisis ini melibatkan Desain, Kualitas, dan Harga Produk, sementara variabel dependenyaitu Keputusan Pembelian. Partisipan dalam penelitian iniyaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian busana muslim di Galeri Al-Zahra Banjarbaru. Sampel dipilih menggunakan metode nonprobability sampling, yaitu metode Insidental sampling atau pengambilan sampel yang sesuai dengan keadaan saat itu. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 102 orang yang telah berbelanja busana muslim di Galeri Al-Zahra Banjarbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen, yakni Desain, Kualitas, dan Harga Produk, terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan persamaan $Y = 0.075X_1 - 0.057X_2 + 0.420X_3$. Secara individu, berlandaskan uji t, variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependenyaitu variabel Harga, dengan nilai t hitung sebesar 7.480, yang melebihi nilai t tabel sebesar 1.984, dan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0.05. Sementara itu, variabel independen Desain dan Kualitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian..

Kata Kunci: *Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Produk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This research aims to examine the extent to which the attributes of products, including their design, quality, and price, impact the decision-making process when purchasing Muslim clothing from the Al-Zahra Banjarbaru Gallery. The study employs independent variables such as Product Design, Quality, and Price, while the dependent variable is the Purchasing Decision. The study's participants consisted of customers who had bought Muslim clothing at the Al-Zahra Banjarbaru Gallery. The sample was selected using a nonprobability sampling method, specifically an Incidental or ad-hoc sampling approach. Data collection involved the use of questionnaires, which were directly distributed to 102 individuals who had made purchases at the Al-Zahra Banjarbaru Gallery. The findings of this research indicate a collective influence of the independent variables—namely Design, Quality, and Product Price—on the dependent variable, which is the purchasing decision. The results of the multiple linear regression analysis can be represented as follows: $Y = 0.075X_1 - 0.057X_2 + 0.420X_3$. In partial analysis using the t-test, it was found that only the Price variable significantly influences the dependent variable, as evidenced by a calculated t-value of 7.480, which exceeds the critical t-table value of 1.984, with a significance level of 0.000, which is less than the standard threshold of 0.05. However, the independent variables, Design and Quality, were not found to have a significant impact on purchasing decisions.

Keywords: *Product Design, Product Quality, Product Price, Purchasing Decision*

REFERENCES

- Adiwarman A. Karim, (2003) *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*, Jakarta: III T Indonesia
- Ahmad Atabik, *Pemasaran Desain Produk Pespektif Hukum Ekonomi Syariah*, Tawazun: Journal of Sharia Economic Law, Vol. 1, No. 1, 2018.
- Al-Qur'an dan Terjemahan, Kementerian Agama RI tahun 2019.
- Aris Pungtuhan, (2017) *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi
- Dimas Bayu, "Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam", <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam> (diakses pada tanggal 04 maret 2022 pukul 15.11)
- Hijabers Community, "Transformasi Fashion Muslim di Indonesia", <http://hijaberscommunity.id/transformasi-fashion-muslim-di-indonesia> (diakses pada tanggal 25 mei 2022 pukul 14.20)
- Idza Allisa, "Tren Pakaian Muslimah di Era Millenial", <https://www.kompasiana.com/allisaidza/5cb2d215a8bc1562b21934e2/tren-pakaian-muslimah-di-era-millennial> (diakses pada 23 Maret 2022 pukul 02.02)
- Indira Maharani Putri, Mein Kharnolis, *Karakteristik Produk Busana Muslim yang diminati Konsumen di Sakinah Bordir*, e-Journal, Vol. 6, No. 1, 2017.
- J.F Hair, *Multivariate Data Analysis*, Semarang: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 20.
- M. Faud, Dkk, (2000) *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka,
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, (2012) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, (2013) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga,
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2009) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga,
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2016), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks,
- Simamora, Henry, (2004) *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Ketiga* Yogyakarta: STIE YKPN
- Sugiyono, (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta,
- Supriansyah, "Islam di Banjar (5) : Baju Koko dan Komodifikasi Islam lainnya", <https://alif.id/read/supriansyah/islam-di-banjar-5-baju-koko-dan-komodifikasi-islam-lainnya-b228513p> (diakses pada tanggal 25 Mei 2022 pukul 23.34)
- Syamsul Effendi, *Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 2, 2021.
- Syeikh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm. 481-483.
- TafsirWeb, "Tafsir An-Nur 30 & 31", <https://tafsirweb.com/6158-surat-an-nur-ayat-30.html> (diakses pada 01 Juni 2022 pukul 23.11)
- Wawancara dengan Said Muhammad, Kepala Toko Al-Zahra Banjarbaru, Pada tanggal 22 Maret 2022.