

**DAMPAK KUALITAS DAN PENETAPAN HARGA PADA PENJUALAN
SEPATU THRIFT DI HUKUM SNEAKERS MEDAN**

Lea Arera Br Sihombing¹, Aprinawati²

Universitas Negeri Medan

Email: leaarera08@gmail.com¹, aprinawati@unimed.ac.id²

Abstrak – Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap penjualan sepatu bekas pada usaha Hukum Sneakers Medan. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda, dan SPSS 23.0 digunakan untuk menganalisis data. Populasi penelitian ini terdiri dari 96 responden baik konsumen yang berkunjung ke Toko Sepatu Hukum Sneakers Medan maupun konsumen yang melakukan pembelian di toko. Dari hasil analisis terlihat bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan dan menguntungkan terhadap volume penjualan sepatu thrift di Hukum Sneakers Medan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Penjualan.

***Abstract:** The purpose of this research is to determine the influence of product quality and price on the sale of used shoes in the Medan Hukum Sneakers business. This research uses a quantitative description method with multiple linear regression analysis techniques, and SPSS 23.0 is used to analyze the data. The population of this study consisted of 96 respondents, both consumers who visited the Medan Hukum Sneakers Store and consumers who made purchases at the store. From the analysis results, it can be seen that product quality and price have a significant and profitable influence on the sales volume of thrift shoes at Hukum Sneakers Medan.*

***Keywords:** Product Quality, Price, Sales.*

PENDAHULUAN

Industri fashion saat ini sedang mengalami evolusi yang pesat dan beragam. Karena diferensiasi sosial, gaya berpakaian telah berevolusi baik itu pakaian ataupun sepatu menjadi bagian integral dari masyarakat modern. Perlindungan pada kaki merupakan fungsi utama sepatu. Namun, dalam konteks pembelian sepatu, harga dan kualitas sama pentingnya dengan merek. Oleh karena itu, saat ini banyak masyarakat yang berlomba-lomba mencari merek sepatu di berbagai pusat perbelanjaan, baik di pusat perbelanjaan maupun di pasar tradisional. Semua orang berkeinginan membeli sepatu baru maupun bekas, karena ingin memakai merek ternama. Penting bagi masyarakat untuk bisa mengenakan sepatu yang sifatnya simbolik (Muhammad Manalur, 2022).

Sepatu bekas (thrift) merupakan salah satu fashion item yang semakin populer di kalangan konsumen Indonesia. Beberapa orang berpendapat bahwa membeli sepatu bekas adalah alternatif yang layak dibandingkan membeli barang bermerek. Konsumen yang mencari produk yang khas, elegan, dan bergaya mungkin menganggap sepatu bekas sebagai pilihan yang menarik (Farah dan Muhammad, 2022). Belakangan ini banyak bermunculan toko sepatu bekas di Medan, salah satunya Hukum Sneakers di Jalan Ayahanda Nomor 11 Medan Petisah. Sepatu brand seperti Nike, Adidas, New Balance, dan Unitsuka Tiger dijual di sini, beserta sepatu original dengan harga dan kualitas yang terjamin. Menghasilkan penjualan adalah salah satu tujuan organisasi. Karena mencapai ambang batas penjualan tertentu dapat menentukan bagaimana suatu usaha berkembang (Kamaluddin, 2017). Meskipun terdapat kendala yang signifikan, toko Hukum Sneakers harus melakukannya.

Terbukti, target penjualan 100 pasang sepatu antara bulan Januari dan April ditetapkan untuk Toko Hukum Sneakers, meski demikian, keberhasilan penjualan tertinggi di bulan April hanya 95 pasang sepatu. Target penjualan pada Mei–Agustus sebanyak 150 pasang sepatu, namun keberhasilan penjualan tertinggi hanya 104 buah di bulan Juni. Target penjualan bulan September sampai Desember sebanyak 250 pasang sepatu, namun target penjualan tertinggi bulan Desember hanya 228 pasang sepatu. Dari sini dapat disimpulkan bahwa penjualan tahunan toko tidak memenuhi target penjualan.

Menurut Farah (2021), peningkatan penjualan merupakan komponen penting dalam kepemimpinan bisnis yang berpotensi meningkatkan keuntungan. Salah satu faktor yang mempengaruhi daya tarik konsumen adalah kualitas produk yang ditawarkan. Produk-produk tersebut diperdagangkan oleh para pebisnis dan dipromosikan kepada calon konsumen yang menggunakannya. Daya tarik bagi konsumen merupakan aspek penting lainnya. Dalam lingkungan bisnis saat ini, perusahaan perlu membedakan produknya dengan pesaingnya dengan menyediakan barang yang berkualitas dan nilai tertinggi (Defrizal, 2022). Setelah memperhatikan kualitas produk yang disediakan oleh toko Hukum Sneakers, ditemukan bahwa meskipun sepatu thrift tersebut layak digunakan, beberapa produknya masih terlihat kurang bersih, tali sepatu telah diganti dengan produk luar dan telapak dalam sepatu sudah tidak asli. Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Dampak Kualitas dan Penetapan Harga pada Penjualan Sepatu Thrift di Hukum Sneakers Medan”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Toko Sepatu Hukum Sneakers, di Jl. Ayahanda, Nomor.11, Medan Petisah. Pada bulan November 2023 hingga Maret 2024 akan dilakukan penelitian yang meliputi pengumpulan dan pengolahan data. Penelitian yang dipertimbangkan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui dampak kualitas produk dan harga terhadap pendapatan. Tujuan dari metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah untuk menciptakan gambaran atau deskripsi objektif tentang suatu situasi dengan menggunakan angka-angka. Dimulai dari pengumpulan data dan diakhiri dengan interpretasi data, tampilan

gambar, dan hasil (Arikunto, 2016).

Oleh karena itu populasi penelitian ini terdiri dari konsumen yang berbelanja pada toko dan konsumen yang mengunjungi toko Hukum Sneakers Medan. Sampel penelitian terdiri dari 96 individu yang diidentifikasi menggunakan Rumus Lemeshow. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Uji parsial/uji t, uji simultan/f, dan uji koefisien determinasi untuk menguji nilai kebenaran hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data primer, sebaran gender responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa 40,8% responden adalah laki-laki dan 59,2% responden adalah perempuan. Jika dilihat dari kelompok umurnya, mayoritas yang disurvei termasuk dalam kelompok umur antara 21 sampai 30 tahun, sebanyak 69 responden, dengan persentase sebesar 70,4%. Dari data yang dikumpulkan juga terlihat bahwa konsumen yang melakukan pembelian lebih banyak 63,3% atau 62 individu dibandingkan konsumen yang berkunjung.

Ditentukan bahwa seluruh posisi perhitungan adalah valid berdasarkan uji validitas variabel kualitas produk, harga, dan penjualan, yang ditunjukkan dari r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan uji reliabilitas pada penelitian ini, seluruh pertanyaan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, artinya seluruh pernyataan pada variabel kualitas produk, harga, dan pendapatan dimasukkan.

Tabel 1 Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.970	2.862		2.435	.017
	KUALITAS PRODUK	.118	.059	.185	1.998	.049
	HARGA PRODUK	.297	.068	.407	4.400	.000
a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN						

Sumber: Olahan Data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda ditentukan koefisien regresi konstanta sebesar 6.970 yang berarti bahwa nilai nol atau konstan pada variabel kualitas produk dan harga akan mengakibatkan peningkatan penjualan sebesar 6.970 satuan. Koefisien variabel kualitas produk sebesar 0,118 artinya apabila variabel kualitas produk naik satuan maka penjualan meningkat sebesar 0,118, dan koefisien variabel harga sebesar 0,297 artinya apabila harga naik satuan maka penjualan meningkat sebesar 0,297.

Tabel 2 Hasil Uji Parsial/T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.970	2.862		2.435	.017
	KUALITAS PRODUK	.118	.059	.185	1.998	.049
	HARGA PRODUK	.297	.068	.407	4.400	.000
a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN						

Sumber: Olahan Data SPSS, 2024

Dari hasil uji t dapat disimpulkan diperoleh variabel kualitas produk (X_1) dengan $t_{(hitung)}$ sebesar 1,998, hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{(hitung)} > t_{(tabel)}$ yaitu $1,998 > 1,985$. Dalam kasus regresi, nilai signifikansinya kurang dari 0,05, dengan nilai signifikansi sebesar 0,049, menunjukkan diterimanya hipotesis. Variabel harga (X_2) yang tertera pada tabel mempunyai $t_{(hitung)}$ sebesar 4,400, yang berarti $t_{(hitung)} > t_{(tabel)}$, yaitu $4,400 > 1,985$. Ditinjau dari ambang batas nilai signifikan yaitu kurang dari 0,05 dengan tingkat signifikansi 0,000, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Dari sini dapat disimpulkan bahwa harga (X_2) dan kualitas produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan dan menguntungkan terhadap volume penjualan (Y).

Hasil 3 Uji Simultan/F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	268.199	2	134.099	13.284	.000 ^b
	Residual	938.791	93	10.095		
	Total	1206.990	95			
a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA PRODUK , KUALITAS PRODUK						

Sumber: Olahan Data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa nilai 13,284 pada tabel di atas $F_{(hitung)}$ sesuai dengan probabilitas sebesar 0.000 yang nilainya di bawah 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu harga dan kualitas produk memiliki dampak signifikan terhadap pendapatan secara bersamaan.

Hasil 4 Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.963 ^a	.927	.925	.47658
a. Predictors: (Constant), HARGA PRODUK , KUALITAS PRODUK				

Sumber: Olahan Data SPSS, 2024

Koefisiensi determinasi dapat diketahui dengan melihat koefisien korelasi (R) sebesar 0,963. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan sebesar 96,3% antara variabel independen dan dependen. Dari angka-angka tersebut terlihat jelas adanya korelasi yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Jumlah Adjust R Square (R^2) adalah 0,927. Perhitungan statistik menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi nilai variabel dependen adalah sebesar 92,7%, sedangkan sisanya sebesar 7% dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi yang dianalisis.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan, terlihat bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu pendapatan. Hasil uji hipotesis (H_1) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas produk dengan penjualan sepatu thrift yang dijual di toko Hukum Sneakers Medan. Oleh karena itu, sepatu thrift di Toko Hukum Sneakers yang memenuhi ekspektasi pelanggan dan menunjukkan kualitas produk yang baik dapat berdampak pada pertumbuhan penjualan. Hasil uji hipotesis (H_2) menunjukkan terdapat hubungan positif antara harga dengan penjualan sepatu thrift melalui Toko Sepatu Hukum Sneakers Medan, karena pelanggan sering membandingkan harga dengan harga lain yang serupa, bisnis yang memberikan harga variabel dapat berdampak pada pertumbuhan penjualan. Hasil Uji Hipotesis [$(H)_3$] menunjukkan terdapat pengaruh positif dan simultan kualitas produk dan harga terhadap penjualan sepatu thrift di Hukum Sneakers

Medan. Penjualan sepatu bekas di toko Hukum Sneakers Medan mengalami peningkatan karena terpenuhinya harapan pelanggan, penyediaan produk yang berkualitas, dan penawaran harga yang kompetitif.

KESIMPULAN

Penelitian ini melihat bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap penjualan sepatu thrift di toko Hukum Sneakers Medan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk $[(X)_1]$ dan harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penjualan sepatu bekas di Toko Hukum Sneakers Medan (Y) . Penjualan sepatu thrift di toko Hukum Sneakers Medan mengalami peningkatan karena ekspektasi konsumen terhadap produk yang ditawarkan berkualitas dengan harga bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penulis telah diperiksa dan dipastikan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., & Sunrowiyati, S. (2018). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.
- Farah Fu, I., Aswad, M., Ekonomi Syariah, J., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., & Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pakaian Thrifting Di Toko Thriftshop Sidoarjo. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(3), 169–177.
- Ahmad, G., Ali, A., & Bangkinang, S. (2022). JURNAL RISET MANAJEMEN INDONESIA (JRMI) Influence of product quality, price and promotion on sales volume of patin nugget. 4(3), 2022.
- Antika, E. D., & Lampung, U. B. (2022). VOLUME PENJUALAN BERAS PREMIUM DI PERUSAHAAN. 1(9), 1771–1780.
- Defrizal, elsi dwi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premium Di Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Lampung. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1.
- Imam, Ghozilla. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2. Salemba Empat.
- Mokalu, F. O., & Tumbel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Emba*, 3(1), 254–265.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D. ALFABETA.
- Rachmasari, M., Setiawan, B., & Santoso, S. (2019). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang. *Agriecobis*, 2.2, 87–94.
- S, Arikonto. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suardika, I. K., & Sari Dewi, M. (2021). The Influence of Brand, Product Quality and Price on Sales Volume of Samana Mart Stores. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 256–261.
- Sunyoto, D. (2020). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Swastha, Basu. (2019). Manajemen Pemasaran : Analisis dan Perilaku Konsumen. BPFE.
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. Andi Offset.
- Widiarto, T., & Hardiana, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan ARB Bakery di Kelurahan Sukmajaya. *Sosio E-Kons*, 13(3), 175. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v13i3.10107>