

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil dan Sejarah Usaha Outfit Legio Store Pamekasan

Dari hasil wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti terhadap CEO legio store yaitu mas Hairul islah pada minggu, 10 Desember 2023 di lokasi penjualan, yang mengatakan mengatakan bahwa Legio Store ini merupakan *clothing brand* yang sebelumnya bernama Histore yang ada di Jl. Ghazli kelurahan jungcangcang. Pada awal mula berdirinya usaha ini di tahun 2020 yang kemudian berganti nama menjadi legio store pada tahun 2021, dengan kurun waktu berjalannya usaha ini kurang lebih sudah terlampaui 3 tahun dijalankan bersama 3 rekan kerjanya.

Perjalanan legio store selama tiga tahu tidak selalu berjalan sesuai estimasi yang diinginkan, ada banyak hal yang memerlukan ide, inovasi, atau bahkan penurunan harga (diskon) untuk menjaga daya beli konsumennya, khususnya pada masa-masa pandemi covid-19 silam, yang membuat ekspansi legio store terhambat. Namun berkat ketekunan dan inovasi yang terus di kembangkan legio store mampu memberikan penawaran harga jual yang memiliki harga terjangkau dan kualitas yang tinggi dari produk yang di tawarkan.

Beberapa produk yang di sediakan di toko ini seperti kaos dan celana dengan berbagai ukuran mulai dari remaja hingga dewasa, selain itu toko ini menyediakan custom kata-kata (Quotes), desain pada kaos, baik untuk sekedar

fashion, mengikuti style ataupun pemberian hadiah kepada pasangan remaja dalam even, ulang tahun, anniversary, gift, ataupun lainnya.¹

Ragam produk yang di tawarkan di legio store ini diantaranya seperti kaos polos, kaos strip, celana chino pendek, dan celana chino panjang yang semuanya merupakan produk dalam negeri. Di legio store juga melayani pembelian secara grosir dan eceran. Dengan produk yang terjamin kualitasnya dan harganya yang cukup bersaing dengan toko-toko lainnya. Sebab legio store ini mensuplai produknya berdasarkan industri pakaian yang sudah terjamin kualitasnya yang kemudian di kembangkan kembali menjadi produk yang sesuai dengan kebutuhan dan daya tarik konsumennya.

a. Logo Perusahaan

Gambar 4. 1

Logo Legio Store Pamekasan



b. Visi dan Misi

¹ Mohammad Hairul Islah, CEO Legio Store, Wawancara Langsung (10 Desember 2023)

Seperti perusahaan pada umumnya, Legio store turut memiliki visi dan misi untuk menjalankan usahanya. Berikut visi mereka adalah:

“Menjadi clothink brand yang besar, terpercaya dan berkualitas unggul dengan tetap mengutamakan kepuasan customer.”

Sedangkan untuk misi bereka yaitu sebagai berikut:

- 1) Menyediakan produk berkualitas bahan premium
- 2) Memberikan pelayanan terbaik terhadap customer
- 3) Mengembangkan dan memperluas pangsa pasar

c. Struktur Perusahaan

Pada umumnya terdapat beberapa struktur anggota di legio store, diantaranya :

- 1) Mohammat Hairul Islah (CEO)
- 2) Alfina Rizki Abidah (Finance)
- 3) Eeng Efendi (Marketing)

d. Produk Yang di Tawarkan Legio Store

Adapun beberapa produk yang ditawarkan oleh legio store, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Kaos Polos dan Strip

Bahan : Cotton Combed 30s

Dengan beberapa keunggulan diantaranya :

- a) Warna tidak mudah pudar

- b) Bagian kerah dan lengan menggunakan ribs premium quality
- c) Bahan pure cotton combed 100%
- d) Bahan tidak mudah melar, nyaman, sejuk dan tidak gatal

Cocok bagi yang suka memakai kaos dalam aktivitas sehari-hari, dengan jam aktivitas yang ringgi.

2) Celana Chino Panjang

Keunggulan : Terbuat dari bahan premium yang dingin, tidak mudah robek, tidak luntur dan tidak melar.

Pilihan warna tersedia : Hitam, cream, moca dan grey.

Sangat relefan saat di gunakan untuk kuliah, kerja, ootd, santai dan juga nongkrong bersama teman.

3) Celana Chino Pendek

Keunggulan :

- a) Bahan chino 100% premium
- b) Bahan tidak melar
- c) Cutting premium
- d) Warna solid tidak mudah pudar
- e) Jahitan rapi dan tidak sempit dibagian paha

Pilihan warna tersedia : Hitam, navy, cream khaki, cream tua, abu tua, abu muda dan army

Cocok digunakan dalam aktivitas sehari-hari, karena sifatnya yang casual. Dengan warna-warna netral memudahkan untuk mencari bagian atasan dan cocok dipadukan dengan kaos polos, kaos strip dan kemeja.

4) Hoodie Zipper

Keunggulan :

- a) Warna solid (tidak mudah pudar)
- b) Tidak bau apek (lembab)
- c) Tidak mudah melar/gombrong/melebar
- d) Cutting premium
- e) Bagian pergelangan tangan berbahan karet sehingga tampak rapi dan nyaman di gunakan
- f) Bahan lembut dan sejuk

Dari beberapa keunggulan yang di tawarka Hodie Zipper ini sangat fleksibel dalam penggunaannya karena dapat menyesuaikan dengan keadaan.

e. Strategi Pemasaran Legio Store

Insturmen pemasaran yang legio store lakukan melalui media online seperti instagram, WA Business hingga email. mengingat media sosial yang marak di gunakan oleh berbagai kalangan khususnya remaja dalam memperoleh informasi atau bahkan dianggap sebagai kebutuhan yang tidak dapat di tinggalkan dalam kegiatan setiap harinya.

Legio store juga menyediakan gallery di instagram sehingga customer bisa memilih produk yang mereka sukai. Jika ingin custom atau desain mereka sendiri,

maka cukup menghubungi pihak terkait atau nomor yang tertera pada laman instagram yang di sediakan.

Adapun pemasaran secara offline yang legio store upayakan dengan cara mengenalkan produknya mulai dari sahabat-sahabat terdekat, teman kuliah, serta orang sekitar atau yang sering di sebut dengan motode pemasaran mulut ke mulut.

2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Sumber perolehan data ini diperoleh dari responden dengan metode penyebaran kuisisioner secara langsung kepada responden. Penyebaran di upayakan sebanyak 100 kuisisioner kepada konsumen legio store dari berbagai daerah, khususnya di pamekasan. Pengumpulan data di himpun oleh peneliti dengan terjun langsung ke lokasi usaha (toko) Legio Store Pamekasan dan menemui langsung narasumber (konsumenm) yang melakukan transaksi. Berikut merupakan rincian data penyebaran dan pemulangan kuisisioner yang di lampirkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 1

Daftar Pendistribusian Kuisisioner Dan Pemulangan

Keterangan	Jumlah
Pendistribusian kuisisioner	100
Tidak kembelinya kuisisioner	0

Kuisisioner yang kembali	100
Kuisisioner yang di gugurkan	0
Penggunaan kuisisioner	100
Tingkatan pemulangan	100%
Tingkatan pemulangan digunakan	100%

Sumber : data tahun 2023

Hasil yang di muat berdasarkan tabel di atas mengakatan bahwa kuisisioner yang akan dianalisis pada penelitian ini dengan jumlah 100 kuisisioner berdasarkan tingkat 100% pemulangan.

b. Deskripsi Data Responden

1) Jenis Kelamin

Berikut merupakan data responden yang di tinjau berdasarkan jenis kelamin yang terdapat pada penelitian ini :

Tabel 4. 2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	laki-laki	69	69.0	69.0	69.0

Valid	perempuan	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Tabel diatas merupakan objek penelitian dari jenis kelamin. Berdasarkan tabel tadi menjelaskan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 69 dengan persentase 69% responden, sementara responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 31 dengan persentase 31% responden. Maka dapat dikatakan bahwa jenis kelamin responden laki-laki yang mendominasi pada penelitian ini.

2) Usia

Tabel berikut menunjukkan data responden ditinjau dari segi usia dalam penelitian ini :

Tabel 4. 3

Karakteristik responden berdasarkan usia.

		usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	1.0	1.0	1.0
	17	5	5.0	5.0	6.0
	18	4	4.0	4.0	10.0
	19	5	5.0	5.0	15.0
	20	7	7.0	7.0	22.0
	21	13	13.0	13.0	35.0

	22	37	37.0	37.0	72.0
	23	11	11.0	11.0	83.0
	24	12	12.0	12.0	95.0
	25	2	2.0	2.0	97.0
	26	1	1.0	1.0	98.0
	27	1	1.0	1.0	99.0
	34	1	1.0	1.0	100.0
	Tota	100	100.0	100.0	
1					

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Tabel 4.3 menunjukkan karakteristik penelitian berdasarkan atau usia. Dari tabel diatas menunjukkan 1 responden atau 1% berusia (16 tahun), 5 responden atau 5% berusia (17 tahun), 4 responden atau 4% (berusia 18), 5 responden atau 5% (berusia 19), 7 responden atau 7 % (berusia 20), 13 responden atau 13% (berusia 21), 37 responden atau 37% (berusia 22), 11 responden atau 11% berusia (23 tahun), 12 responden atau 12% (berusia 24), 2 responden atau 2% (berusia 25), 1 responden atau 1 % (berusia 26), 1 responden atau 1% (berusia 27), dan 1 responden atau 1% (berusia 34) tahun.berdasarkan tabel diatas jumlah mayoritas responden berusia 22 tahun.

3) Pekerjaan

Berikut merupakan hasil perolehan data pada penelitian ini berdasarkan pekerjaan responden :

Tabel 4. 4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.

		pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pelajar	11	11.0	11.0	11.0
	mahasiswa	57	57.0	57.0	68.0
	wiraswasta	13	13.0	13.0	81.0
	a				
	BUMN	1	1.0	1.0	82.0
	lainnya	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Hasil yang dimuat dalam tabel diatas menggambarkan karakteristik penelitian diidentifikasi dari pekerjaan. Ketentuan disitu menyebutkan bahwa sebanyak 11 responden atau 11% sebagai pelajar, 57 responden atau 57% sebagai mahasiswa, 13 responden atau 13% sebagai wiraswasta, 1 responden atau 1% sebagai BUMN, dan 18 responden atau 18% sebagai lainnya. Berdasarkan tabel diatas kebanyakan responden merupakan kalangan mahasiswa.

4) Domisili

Berikut gambaran pada penelitian ini yang merupakan data responden berdasarkan domisili :

Tabel 4. 5

Karakteristik responden berdasarkan domisili

domisili					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pamekasa	73	73.0	73.0	73.0
	sumenep	12	12.0	12.0	85.0
	sampang	14	14.0	14.0	99.0
	bangkalan	1	1.0	1.0	100.0
	Jumlah	100	100.0	100.0	

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Keterangan yang dimuat dalam tabel diatas merupakan karakteristik penelitian berdasarkan domisili. Yang mengatakan bahwa sebanyak 73 responden atau 73% berasal dari pamekasan, 12 responden atau 12% berasal dari sumenep, 14 responden atau 14% berasal dari sampang, dan 1 responden atau 1% berasal dari bangkalan. Berdasarkan tabel diatas kebanyakan responden berasal dari pamekasan.

c. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Tanggapan responden yang turut berpartisipasi pada penelitian mengenai Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Outfit di Legio Store Pamekasan dapat dijelaskan pada tabel distribusi frekuensi jawaban responden pada kuisisioner yang telah disebarkan berikut:

1) Respon Jawaban pada Variabel Harga

Tabel 4. 6

Distribusi Jawaban Harga

Harga (X₁)

NO Item	STS		TS		N		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					9	9%	37	37%	54	54%	100
2	2	2%	1	1%	16	16%	51	51%	30	30%	100
3			1	1%	9	9%	43	43%	47	47%	100
4			1	1%	11	11%	36	36%	52	52%	100
5			4	4%	9	9%	48	48%	39	39%	100
6			1	1%	17	17%	50	50%	32	32%	100
7	1	1%	2	2%	13	13%	36	36%	48	48%	100
8			2	2%	10	10%	30	30%	58	58%	100
Jumlah	3	3%	12	12%	94	94%	331	331%	360	360%	800

Sumber: data primer yang diolah di tahun 2024

Berdasarkan pernyataan pada variabel harga (X1), memperoleh hasil dari jawaban responden dengan ketentuan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3, Sangat Tidak Setuju (TS) sebanyak 12, Sangat Setuju (S) sebanyak 331, Sangat setuju (SS) sebanyak 360 dan netral (N) sebanyak 94.

$$\text{Skor} = \{(\sum \text{SS} \times 5) + (\sum \text{S} \times 4) + (\sum \text{N} \times 3) + (\sum \text{TS} \times 2) + (\sum \text{STS} \times 1)\} : (\text{n} \times 5 \times 8)$$

$$= (360 \times 5) + (331 \times 4) + (94 \times 3) + (12 \times 2) + (3 \times 1) : (100 \times 5 \times 8)$$

$$= (1800 + 1324 + 282 + 24 + 3) : 4000$$

$$= 3433 : 4000$$

$$= 0,85 \times 100\%$$

$$= 85\%$$

Skor variabel harga (X1) Outfit di Legio Store Pamekasan adalah sebesar 85% (Sangat kuat).

2) Respon Jawaban Pada Variabel Kualitas Produk

Tabel 4. 7

Respon Pernyataan Jawaban Kualitas Produk

Kualitas Produk (X₂)											
NO Item	STS		TS		N		S		SS		Tota l
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1			2	2%	8	8%	38	38%	52	52%	100
2	1	1 %			12	12%	44	44%	43	43%	100
3					21	21%	39	39%	40	40%	100
4	1	1 %	3	3%	27	27%	40	40%	29	29%	100
5					11	11%	41	41%	48	48%	100
6			1	1%	12	12%	46	46%	41	41%	100
7			1	1%	11	11%	41	41%	47	47%	100
8			1	1%	12	12%	48	48%	39	39%	100
9					19	19%	39	39%	42	42%	100
10			3	3%	22	22%	46	46%	29	29%	100
11					12	12%	40	40%	48	48%	100
12			1	1%	11	11%	41	41%	47	47%	100
13	1	1 %	1	1%	11	11%	40	40%	47	47%	100
14	1	1 %			11	11%	35	35%	53	53%	100
Jumla h	4	4 %	1 3	13 %	20 0	200 %	57 8	578 %	60 5	605 %	1400

Sumber: data primer yang diolah di tahun 2024

Jawaban responden pada variabel kualitas produk (X₂) ditunjukkan dalam tabel 4.7. Hasil menunjukkan STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 4, TS (Tidak

Setuju) sebanyak 13, N (Netral) sebanyak 200, S (Setuju) sebanyak 578, dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 605.

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \{(\Sigma \text{SS} \times 5) + (\Sigma \text{S} \times 4) + (\Sigma \text{N} \times 3) + (\Sigma \text{TS} \times 2) + (\Sigma \text{STS} \times 1)\} : (n \times 5 \times 14) \\
 &= (605 \times 5) + (578 \times 4) + (200 \times 3) + (13 \times 2) + (4 \times 1) : (100 \times 5 \times 14) \\
 &= (3025 + 2312 + 600 + 26 + 4) : (7000) \\
 &= 5967 : 7000 \\
 &= 0,85 \times 100 \% \\
 &= 85\%
 \end{aligned}$$

Skor untuk jawaban variabel kualitas produk (X2) Outfit di Legio Store Pamekasan adalah sebesar 85% (Sangat kuat).

3) Rumusan Tanggapan Responden Terhadap variabel (Y)

Keputusan Pembelian

Tabel 4. 8

Rumusan Jawaban Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y)											
NO Item	STS		TS		N		S		SS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	2	2%			17	17%	41	41%	40	40%	100
2	2	2%	6	6%	13	13%	45	45%	34	34%	100
3			1	1%	13	13%	40	40%	46	46%	100
4			1	1%	13	13%	43	43%	43	43%	100
5			5	5%	9	9%	39	39%	47	47%	100
6	1	1%	4	4%	9	9%	42	42%	44	44%	100
7			3	3%	9	9%	39	39%	49	49%	100

8	1	1%	2	2%	16	16%	39	39%	42	42%	100
Jumlah	6	6%	22	22%	99	99%	328	328%	345	345%	800

Sumber : data primer diolah di tahun 2024

Hasil jawaban responden pada variabel keputusan pembelian (Y) dirumuskan sebagai berikut: 6 untuk jawaban STS (Sangat Tidak Setuju), 22 untuk jawaban TS (Tidak Setuju), 99 untuk jawaban N (Netral), 328 untuk jawaban S (Setuju), dan 345 untuk jawaban SS (Sangat Setuju).

$$\begin{aligned}
 \text{Skor} &= \{(\Sigma SSx5) + (\Sigma Sx4) + (\Sigma Nx3) + (\Sigma TSx2) + (\Sigma STSx1)\} : (n \times 5 \times 8) \\
 &= (345x5) + (328x4) + (99x3) + (22x2) + (6x1) : (100 \times 5 \times 8) \\
 &= (1725 + 1312 + 297 + 44 + 6) : (4000) \\
 &= (3384) : (4000) \\
 &= 0,84 \times 100\% \\
 &= 84\%
 \end{aligned}$$

Skor variabel keputusan pembelian Outfit di Legio Store Pamekasan sebesar 84% (Sangat kuat).

Tabel 4. 9

Hasil uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
TOTALX1	100	21.00	40.00	34.3300	4.50153
TOTALX2	100	39.00	70.00	59.6700	7.80450
TOTALY	100	17.00	40.00	33.8400	4.83823
Valid N (listwise)	100				

Sumber : data primer diolah di tahun 2024

Berdasarkan hasil uji deskriptif, data yang diperoleh peneliti dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Terdapat nilai minimum 21, nilai maksimum 40, nilai rata-rata harga 34.33 dan standar deviasi 4.502 untuk variabel harga (X1).
- b. Terdapat nilai minimum 39, nilai maksimum 70, nilai rata-rata kualitas produk 59.67 dan standar deviasi 7.804 pada variabel kualitas produk (X2).
- c. Terdapat nilai minimum 17, nilai maksimum 40, nilai rata-rata keputusan pembelian sebesar 33.84 sedangkan standar deviasi 4.838 pada variabel keputusan pembelian (Y) outfit di legio store.

a. Uji kualitas instrumen

1) Uji Validitas

Metode sebagai tolak ukur valid/tidak suatu pernyataan kuisioner masing-masing variabel ataupun indikator maka perlu dilakukan uji validitas. Dalam pengujian ini menggunakan Teknik pengujiannya menggunakan *person correlation* yaitu hubungan antara skor item dan skor jumlah item dari nilai (r_{hitung}) di komparasikan dengan (r_{tabel}). Ketika ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka item dikatakan valid.

Dari sejumlah sampel pada penelitian ini sejumlah 100 responden dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ maka nilai r_{tabel} sebesar 0,196. Dibawah hasil uji validitas dalam pedoman ini :

Tabel 4. 10 Hasil uji Validitas

Variabel	Item	Koefisien korelasi	r_{tabel}	Validitas
Harga (X ₁)	X _{1.1}	0,745	0,196	VALID
	X _{1.2}	0,671	0,196	VALID
	X _{1.3}	0,811	0,196	VALID
	X _{1.4}	0,773	0,196	VALID
	X _{1.5}	0,647	0,196	VALID
	X _{1.6}	0,753	0,196	VALID
	X _{1.7}	0,823	0,196	VALID
	X _{1.8}	0,799	0,196	VALID
Kualitas produk (X ₂)	X _{2.1}	0,718	0,196	VALID
	X _{2.2}	0,645	0,196	VALID
	X _{2.3}	0,680	0,196	VALID
	X _{2.4}	0,758	0,196	VALID
	X _{2.5}	0,815	0,196	VALID
	X _{2.6}	0,787	0,196	VALID
	X _{2.7}	0,800	0,196	VALID
	X _{2.8}	0,797	0,196	VALID
	X _{2.9}	0,783	0,196	VALID
	X _{2.10}	0,654	0,196	VALID
	X _{2.11}	0,770	0,196	VALID
	X _{2.12}	0,735	0,196	VALID

	X _{2.13}	0,791	0,196	VALID
	X _{2.14}	0,769	0,196	VALID
Keputusan pembelian (Y)	Y1	0,738	0,196	VALID
	Y2	0,587	0,196	VALID
	Y3	0,745	0,196	VALID
	Y4	0,729	0,196	VALID
	Y5	0,723	0,196	VALID
	Y6	0,762	0,196	VALID
	Y7	0,797	0,196	VALID
	Y8	0,838	0,196	VALID

Sumber : data primer diolah di tahun 2024

2) Uji reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran konsisten jika dilakukan lagi dengan gejala yang sama dan dengan alat pengukur yang sama. Ketika suatu variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 60% (0,60) dianggap reliabel. Berikut tabel uji reliabilitas yang terdapat pada penelitian ini :

Tabel 4. 11

Hasil uji reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,888	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,939	Reliabel

Keputusan Pembelian (Y)	0,878	Reliabel
-------------------------	-------	----------

Sumber : data primer diolah di tahun 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, setiap variabel dianggap reliabel sebab memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Lebih dari 60%).

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji multikolinieritas

Guna menemukan apakah pada suatu model regresi ada korelasi/hubungan dengan variabel independen, maka diperlukan Uji multikolinieritas. Dapat dikatakan baik ketika model regresi tak terdapat hubungan atau korelasi antara variabel bebas. Multikolinieritas dapat diketahui terdapat atau tidaknya dengan meninjau nilai VIF dan toleransinya, jika nilai (tolerance > 0,10) dan nilai (VIF < 10) maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya. Dibawah ini hasil uji multikolinieritas pada setiap variabel :

Tabel 4. 12

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.843	1.954		2.478	.015		
	X1	.107	.091	.108	1.174	.243	.342	2.923
	X2	.429	.051	.770	8.369	.000	.342	2.923

a. Variabel terikat: Y

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Dari hasil pengujian multikolinearitas tadi menunjukkan jika nilai toleransi dari setiap variabel sebesar 0,342 sementara nilai VIF sebesar 2,923 perolehan tersebut mengatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen sebab besaran nilai toleransinya $0,342 > 0,10$ sedangkan $VIF\ 2,923 < 10$.

2) Uji Heteroskedastisitas

Untuk menunjukkan apakah terjadi ketidak samaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain pada model regresi perlu melakukan uji heteroskedastisitas. Dikatakan terjadi heteroskedastisitas jika nilai $(sig < 0,05)$ begitupun sebaliknya jika nilai $(sig > 0,05)$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dibawah ini merupakan hasil pengujian dengan menggunakan uji glejser pada uji heteroskedastisitas :

Tabel 4. 13

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.895	1.312		3.732	.000
X1	.055	.061	.154	.902	.370
X2	-.089	.034	-.439	-2.577	.012

a. Variabel Terikat: Abs_Res

Sumber : data primer diolah tahun 2024

Hasil tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji glejser, nilai sig variabel bebas antara harga (X1) adalah 0,370 dan kualitas produk (X2) adalah 0,12. Hasil menunjukkan bahwa kedua variabel independen turut memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, yang artinya hasil ini, dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

3) Uji autokorelasi

Untuk menemukan terdapat atau tidaknya auto korelasi maka perlu melakukan pengujian dengan metode uji sebagai berikut:

Tabel 4. 14

Hasil Uji Autolorelasi denga Uji DW

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.860 ^a	.739	.734	1.94208	1.846
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Variabel Terikat: Y					
Sumber : data primer diolah di tahun 2024					

Pernyataan pada ketentuan diatas dari hasil uji auto korelasi menunjukkan nilai pada DW berjumlah 1,846. Diketahui dl dan du berdasarkan distribusi tabel DW seperti dibawah ini:

dU	dL	4-dL	4-dU
1,7152	1,6337	2,3663	2,2848

Diketahui :

Pernyataan pada tabel diatas jika Durbin Watson berjumlah 1,846 bertepatan diantara jumlah ($dU = 1,7152$) dan jumlah ($4-dU = 2,2848$) dapat dikatakan tidak terjadi auto korelasi letika ($dU < DW < 4-Du$). Sementara hasil pengujian diatas menunjukkan perolehan jumlah $1,7152 < 1,846 < 2,2848$, dengan demikian dapat di simpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan auto korelasi.

4) Uji Normalitas

Sarana dalam menemukan data yang akan dipakai pada model regresi berdistribusi normal atau tidaknya maka perlu melakukan uji normalitas. Normal atau tidaknya dapat diketahui dapat diketahui dengan metode uji kolmogorov smirnov dilihat dari nilai signifikansinya, Jika variabel mengalami distribusi normal, nilai signifikansinya harus lebih besar dari 0,05. Berikut ini hasil uji normalitas dengan metode uji koImogorov smirnov :

Tabel 4. 15

Hasil uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92085733
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.070-
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
Sumber : data primer diolah tahun 2024		

Ketentuan diatas menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena nilai signifikansi baerdasarkan hasil uji normalitas sebesar 0,90, yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,90 > 0,05$).

B. Pembuktian Hipotesis

1) Analisi Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat dalam tabel berikut. Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas pada satu variabel terikat, seperti berikut:

Tabel 4. 16

Hasil Uji Analisis regresi Linear Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.843	1.954	
	Harga	.107	.091	.108
	Kualitas Produk	.429	.051	.770
a. Dependent Variable: Y				
Sumber : data primer diolah tahun 2024				

Dari ketentuan hasil analisis regresi linier berganda yang terdapat pada tabel diatas menunjukkan koefisien variabel independen, antara harga (X1) sebesar 0,107 sementara kualitas produk (X2) sebesar 0,429 dan jumlah konstanta sebesar 4,843. Berikut model persamaan regresi dari hasil pengujian metode analisis linier berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

$$Y = 4,843 + 0,107X_1 + 0,429X_2 + e$$

Dijabarkan model persamaan regresi linier pada keterangan berikut ini:

- a. Variabel bebas antara harga dan kualitas produk memiliki nilai yang sama dengan 0 yang dinyatakan berdasarkan jumlah konstanta sebesar

4,843. Maka pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan senilai 4,843.

- b. Dari ketentuan nilai koefisien regresi sejumlah 0,107, variabel harga (X1) mengalami peningkatan sebesar 1, sehingga variabel dependen (Y) keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan meningkat sejumlah 0,107 juga, berdasarkan anggapan jika variabel independen yang lain bernilai konsisten.
- c. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,429, variabel kualitas produk (X2) mengalami peningkatan sebesar 1, sehingga variabel dependen (Y) keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan naik sebesar 0,429 juga, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai konsisten.

2) Uji F

Upaya Untuk membuktikan bahwa setiap variabel independen (bebas) yang dimasukkan ke dalam model regresi memiliki pengaruh pada variabel dependen (terikat) secara bersamaan, tahapan uji statistik F harus dilakukan. Tahapan uji simultan ini digunakan untuk menguji hipotesis bahwa variabel "harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian (Y) outfit di Legio Store Pamekasan." Berikut pengambilan keputusan berdasarkan tingkat signifikansi (0,05) yang terdapat pada hasil uji penelitian ini:

- a. Variabel independen (bebas) dikatakan tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (terikat) apabila variabel ($F_{hitung} < F_{tabel}$).

- b. Variabel. Independen (bebas) dikatan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (trikat) apabila ($F_{hitung} > F_{tabel}$).

Dibawah ini merupakan perolehan uji F atau uji simultan variabel independen pada penelitian ini :

Tabel 4. 17

Hasil Uji F variabel Independen

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressio n	962.871	2	481.435	127.645	.000 ^b
	Residual	339.452	90	3.772		
	Total	1302.323	92			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						
Sumber : data primer diolah tahun 2024						

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 127,645 dengan taraf signifikansi 0.000 sementara F_{tabel} sebesar 3,090. Dengan kata lain, variabel independen, (harga dan kualitas) produk, mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian) secara bersamaan dengan hasil bahwa nilai (F_{hitung} 127,645 > F_{tabel} 3,090) dan nilai signifikansinya (sig 0,000) < 0,05.

Maka dapat di sebutkan terima $H_{a.3}$ dan tolak H_0 dengan artian bahwa “harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara positif dan signifika berpengaruh terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.”

3) Uji T

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen ditentukan dengan menggunakan uji t (secara parsial). Dalam penelitian ini, taraf signifikansinya adalah 0,05, dan penarikan keputusan adalah sebagai berikut

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- b. b. Jika $t > t_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut tabel hasil uji signifikan secara parsial :

Tabel 4. 18

Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.843	1.954		2.478	.015		
	harga	.107	.091	.108	1.174	.243	.342	2.923
	Kualiatas produk	.429	.051	.770	8.369	.000	.342	2.923

a. Dependent Variable: Y
Sumber : data primer diolah di tahun 2024

Dari katentuan hasil pangujian pada tabel diatas bahwa T_{hitung} pada variabel harga (X1) terdapat sebesar 1,174 sementara nilai T_{tabel} sebesar 1,984 yang berarti ($T_{hitung} 1,174$) < ($T_{tabel} 1,984$) dengan taraf sig 0,243 > 0,05. Maka keputusannya, harga (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan ($H_{a.1}$ ditolak sementara H_0 ditrima). Sebaliknya

pada variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan ($H_{a.2}$ diterima dan H_0 ditolak) yang dibuktikan dengan perolehan T_{hitung} variabel X2 sebesar 8,369 dengan T_{tabel} sebesar 1,984 yang artinya ($T_{hitung} 8,369 > T_{tabel} 1,984$) sementara taraf (signifikansinya $0,000 < 0,05$).

4) Uji Koefisien Determinasi

Dalam mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat maka perlu melakukan uji koefisien determinasi, seperti hasil pengujian pada penelitian ini yang di tunjukkan dari hasil perhitungan R^2 dengan SPSS

Tabel 4. 19

Hasil Perhitungan R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.739	.734	1.94208
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				
Sumber : data primer diolah tahun 2024				

Dari ketentuan hasil tabel di atas menunjukkan besaran nilai (R^2 adalah 0,734) atau sebesar (73,4%). Maka kemampuan model pada penelitian ini untuk menjelaskan harga dan kualitas produk (variabel independen) dapat menerangkan keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan. Sementara lebihnya (100% -

73,4% = 26,6%) dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini sebesar (26,6%).

C. Pembahasan

Berikut 3 pembahasan yang dilakukan dalam pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Outfit di Legio Store Pamekasan

Saat melakukan pembelian produk ada banyak hal yang menjadi tolak ukur dalam pengambilan keputusan, konsumen tidak hanya menjadikan kualitas sebagai bahan pertimbangan, tetapi juga harganya. Harga sebuah produk adalah satu dari faktor-faktor yang memengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian atau menunda membeli produk tertentu dimana dianggap sebagai salah satu aspek pemasaran yang paling penting

Seiring tingginya harga suatu produk, Semakin rendah pula konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, yang mengakibatkan korelasi hubungan yang tidak menguntungkan antara harga yang ditetapkan dan keputusan pembelian. karena harga dan kualitas produk turut berkaitan, ketika harga yang ditetapkan tidak relevan berdasarkan kualitas produknya, maka keputusan konsumen akan turut dipengaruhi dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus lebih bijak dalam menetapkan harga,

Hasil pengujian pada indikator harga yang menunjukkan bahwa tidak ada kesesuaian harga dengan kualitas produk, ditemukan: 360 orang, atau 360%,

menjawab sangat setuju (SS), 331 orang, atau 331%, menjawab setuju (S), 94 orang, atau 94% menjawab netral (N), 12 orang, atau 12% menjawab tidak setuju (TS), dan 3 orang, atau 3% menjawab sangat tidak setuju (STS).

Dari hasil diatas kita dapat mengetahui dalam membeli suatu produk pelanggan memiliki berbagai pertimbangan salah satunya mengenai harga. Harga merupakan bagian penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga sebuah produk juga merupakan bagian faktor penentu permintaan pasar. Maka berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar 1,174, sedangkan t tabel dicari pada distribution nilai t tabel dengan rumus $t_{tabel} = t(a/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 100-2-1) = t_{tabel} 0,025 ; 97$. Dari rumus tersebut diketahui nilai t tabel adalah sebesar 1,984. Kemudian dalam hasil penelitian ini berdasarkan hasil uji t secara persial diperoleh t_{hitung} sebesar 1,174 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 artinya $t_{hitung} (1,174) < t_{tabel} (1,984)$ dengan taraf sig $0,243 > 0,05$. Sehingga keputusannya $H_{a.1}$ ditolak dan H_0 diterima yang berarti harga tidak memberikan dampak yang positif dan penting terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.

Hal tersebut menandakan bahwa harga produk yang ditetapkan oleh Legio Store bukan penentu utama pelanggan legio store dalam pengambilan keputusan pembelian, kemudian di perkuat dengan beberapa informasi yang di dapat berdasarkan wawancara bersama pelanggan legio store mas Suprianto Hartono mengungkapkan bahwa prioritas yang diutamakan saat ingin membeli outfit terutama brand lokal adalah kualitasnya, mengingat harga pasaran outfit yang meskipun berfariatif, namun hanya terdapat selisih perbedaan harga kurang lebih

10% ungapnya.² Karena tidak dibenarkan dalam ajaran Islam jika harga produk dengan kualitasnya tidak proporsional dan hanya berorientasi dalam menguntungkan produsen dengan harta konsumen.

Mmemanfaatkan harta atau kepemilikan orang lain dengan cara yang buruk/batil, dimana tidak di perkenankan oleh hukum syariah islam. Kata “illa” merupakan Istitsna’ Munqathi’ (Pengecualian yang terputus) dari larangan sebelumnya, karena tijarah (perdagangan) tidak termasuk memakan/ memanfaatkan harta dengan cara yang batil, sehingga maknanya adalah: “akan tetapi perdagangan tidak di larang.”³

Di sisi lain kita dapat mengetahui bahwa dalam menentukan harga merupakan peran dari kekuatan pasar atau *supply and demand* (Penawaran dan permintaan). Pertemuan penawaran dan permintaan harus terjadi secara proporsional atau keadaan rela sama rela, sehingga tidak ada paksaan dalam melakukan pembelian dengan harga tertentu. Menurut Al-Alusi, bahwa sukarela yang dimaksud merupakan kerelaan kedua belah pihak terhadap apa yang di transaksikan dalam jual beli di saat pengucapan ijab dan qobul. Sementara menurut Malikiah dan Syafi’iyah, pada saat berpisah dari majlis akad. Ada juga yang berpendapat bahwa suka rela itu merupakan pilihan (khiyar) setelah terjadi jual beli.⁴ Hubungan simultan keadaan adalah kebalikan dari aniaya adalah situasi di mana salah satu pihak merasa puas atau diuntungkan atas pihak lain.. dan hal itu

² Suprianto Hartono, Pelanggan Legio Store, Wawancara Langsung (10 January 2024)

³ Mohammad Bashri Asyari, Ekonomi Islam Perspektif Tafsir: Studi Tafsir Tematis Ayat-Ayat Ekonomi dalam Al-Qur’an (Pamekasan: Duta Media 2020),189

⁴ Ibid.

tidak dibenarkan karena bertentangan dengan prinsip islam yang mana Eksploitasi dan segala bentuknya, termasuk riba, harus di hilangkan.⁵

Sementara harga produk yang ditetapkan oleh Legio Store sesuai dengan kualitas yang diberikan dan dapat bersaing dengan produk sejenis di tempat lain berdasarkan informasi yang diperoleh dari konsumen dan ketentuan hasil pengujian yang dilakukan. konsumen mengkomparasikan harga dari berbagai metode pada produk yang tersedia, Namun ketentuan harga belum cukup kuat sebagai penjunjang keputusan pembelian pelanggan.

Artinya tinggi rendahnya harga bukan menjadi penentu utama konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan, sebab terkadang konsumen lebih mengutamakan kualitas produk dibanding harga seperti yang di sampaikan narasumber sebelumnya. Dengan begitu penelitian ini linier dengan penelitian terdahulu Muzammil Ilmi Listighfaroh dengan hasil pengujian tingkat signifikansi sebesar 0,150 dan nilai t sebesar 1,455. terhadap permintaan produk “ white shower cream ” di Surabaya dengan artian harga tidak berpengaruh signifikan pada penjualan Sabun Cair White Shower Cream di Surabaya .

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Outfit di Legio Store Pamekasan

Babberapa aspek yang berkaitan dengan Kualitas produk, seperti kinerja, fitur tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, dan lain-lain dapat memengaruhi produk yang dijual perusahaan. Selanjutnya, Organisasi

⁵ Fahrurrozi, *Ekonomi Syariah Pendekatan Historis dan Teoritis* (Yogyakarta: Pustaka Egaliter,2021), 09.

harus memberikan penawaran produk mereka dengan cermat dan teliti. Perusahaan juga harus selalu menyediakan variasi produk, karena hal itu sangat penting dan berdampak pada pandangan konsumen tentang apa yang akan mereka beli. Konsumen selalu mempertimbangkan kualitas produk saat mereka memutuskan untuk membeli sesuatu. Apakah produk tersebut berkualitas tinggi atau tidak.

Konsumen akan membuat preferensi dan sikap berdasarkan persepsi mereka tentang kualitas produk, yang akan mempengaruhi pilihan mereka untuk membeli barang tersebut atau tidak. Konsumen akan cenderung membeli barang yang ditawarkan jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Jika suatu produk dapat memberikan produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan memilih untuk membeli barang yang ditawarkan. Sementara produk yang disediakan oleh Legio Store Pamekasan memiliki kualitas produk yang bagus berdasarkan hasil observasi dan perolehan data yang di muat dari hasil uji t, ketika di tinjau dari indikator kualitas produk, baik dari segi kinerja, ketahanan, dan kesesuaian dengan spesifikasi, hingga kesan kualitas pada outfit di legio store memperoleh hasil yang positif. Hal itu merupakan penunjang yang harus diperhatikan dalam memperoleh kemenangan persaingan pasar. Sebaliknya, jika penawaran produk kurang bermutu, maka berakibat sukar dalam memperoleh keinginan konsumen. Dengan demikian produk yang dihasilkan harus dipertahankan kualitasnya tinggi.

Sebaliknya, jika kualitas produk di bawah standar, maka akan kesulitan untuk mendapatkan konsumen. Oleh karena itu, barang-barang yang diproduksi

harus diperiksa dengan cermat agar kualitasnya tetap terjaga dan terjamin kesinambungan mutunya. Adapun potongan surah yang berkaitan dengan ini:

تَبْرَكَ الَّذِي بِيَدِهِ الْمُلْكُ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١﴾ الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْعَفُورُ ﴿٢﴾ الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا ۗ مَا تَرَىٰ فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِن تَفَوتٍ ۗ فَارْجِعِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَىٰ مِن فُطُورٍ ﴿٣﴾ ثُمَّ ارْجِعِ الْبَصَرَ كَرَّتَيْنِ يَنقَلِبْ إِلَيْكَ الْبَصَرُ حَاسِئًا ۗ وَهُوَ حَسِيرٌ ﴿٤﴾

Artinya: “Allah SWT yang menciptakan mati dan hidup agar Dia dapat menentukan siapa di antara kamu yang lebih banyak amal shalehnya dan Maha Perkasa lagi Maha Pengampun yang menciptakan tujuh langit berlapis-lapis, patut dipuji karena berkuasa atas segala kerajaan dan kekuasaan. atas segalanya. Tidak pernah ada sesuatu pun yang tidak seimbang dalam ciptaan Tuhan Yang Maha Penyayang. Jadi selidiki lagi, apakah Anda melihat ada yang tidak disesuaikan? Sekali lagi lihatlah dan penglihatan Anda akan kembali kepada Anda tanpa menemukan kelainan apa pun dan penglihatan Anda akan berada dalam kondisi yang buruk.” (Q.S Al-Mulk Ayat: 1-4)

Ayat-ayat di atas berkaitan dengan tujuan kehidupan dan kematian manusia dalam menguji siapa yang paling baik dalam beramal. Di sisi lain ayat di atas secara tersirat menunjukkan bahwa segala sesuatu yang dilakukan manusia di dunia ini berkaitan dengan mencapai peringkat ahsan amalan, yang berarti karya yang paling baik atau optimal, berdasarkan kualitas, motivasi, dan kuantitas yang dihasilkan.

Sementara dalam ayat ke 2 yang membahas mengenai pembuktian bahwa Allah telah melakukan sesuatu dengan membuat tujuh langit dan meminta manusia untuk melihat apakah ciptaannya memiliki tafawut. Tafawut berarti jauh, terdapat cacat dan tidak serasi. Ini menunjukkan bahwa tidak ada ciptaan Tuhan yang cacat. konsisten dan memiliki kualitas tidak ada perbedaan yang signifikan antara satu dan yang lainnya ء الله الذى أنقن كل شىء

Penggalan ayat di atas menunjukkan bahwa manusia seharusnya meniru Allah SWT dalam membuat produk berkualitas tinggi dengan memperhatikan kualitas materi dan upaya profesional yang optimal. Mereka juga harus mengevaluasi hasil produk dengan menguji kualitasnya melalui uji coba atau observasi dalam menentukan baik atau tidaknya. Seperti firman Allah SWT dalam surah Al-Saba' ayat: 11-13, yang menugaskan Nabi Daud as. dalam membuatkan baju besi sebagai sarana pertahanan perang dengan kualitas yang harus diperhatikan.⁶

Kita sadari dari ketentuan di atas bahwa kualitas produk harus diperhatikan saat memproduksinya sehingga dapat digunakan dengan sebaik-baiknya dan diberkahi oleh Allah SWT. Selanjutnya, Barang berkualitas didefinisikan Menurut teori M Syakir Syula, barang berkualitas dalam Islam merupakan barang yang mutu yang artinya halal, baik (berguna), terpercaya, dan bermanfaat. Dalam Islam, barang berkualitas ini bukan hanya berorientasi pada keuntungan utilitas tetapi juga dapat menuai kemaslahatan yang lebih besar daripada kemudhorotannya hingga dapat mencapai *falah* yang merupakan orientasi dalam ekonomi Islam. Sementara dalam penelitian ini terdapat hasil pengujian pada kualitas produk outfit di legio store pamekasan, berdasarkan hasil uji t secara persial t_{hitung} variabel kualitas produk diperoleh 8.369 dengan nilai t_{tabel} sebesar 1,984 artinya t_{hitung} (8.369) > t_{tabel} (1,984) dengan taraf sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $H_{a.2}$ diterima dan H_0 ditolak yang ini menunjukkan bahwa kualitas produk

⁶ Mohammad Bashri Asyari, Ekonomi Islam Perspektif Tafsir: Studi Tafsir Tematis Ayat-Ayat Ekonomi dalam Al-Qur'an (Pamekasan: Duta Media 2020),137-138

memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di legio store pamekasan.

3. Pengaruh Harga Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Outfit di Legio Store Pamekasan

Keputusan pembelian pelanggan dapat dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Konsumen kerap-kali menggunakannya sebagai alat untuk mempertimbangkan apakah mereka tertarik dengan produk tersebut sebelum memutuskan untuk membelinya. Dalam membuat keputusan untuk membeli sesuatu, konsumen selalu mempertimbangkan kualitas produk. Mereka mempertimbangkan apakah produk tersebut berkualitas tinggi atau tidak. Konsumen mengharapkan keseimbangan keseimbangan yang wajar antara harga dan kualitas produk yang mereka beli. Tingkat kepuasan pembeli setelah membeli dan menggunakan produk dipengaruhi oleh kualitas produk.

Selain berdampak pada kualitas, harga mempengaruhi keputusan pembeli. Jika harga suatu produk sesuai dengan kualitasnya, terjangkau, dan memiliki manfaat, Keputusan konsumen dalam suatu pembelian produk tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor harga. Oleh karena itu, konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk jika memenuhi standar kualitas yang tinggi dengan harga yang terjangkau. akan sangat dipengaruhi, atau dapat dikatakan bahwa banyak konsumen dapat tertarik dan melakukan pembelian pada produk tersebut.

Di sisilain, jika barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan harga yang diiklankan, pelanggan akan berpikir dua kali dalam mempertimbangkan untuk membeli produknya, dan jumlah penggemar produk tersebut akan berkurang.

Dalam Islam, terdapat ayat yang lebih konvensional dalam metode pengambilan keputusan, sehingga berlaku untuk semua jenis tindakan. Selain itu, prinsip pengambilan keputusan Islam menekankan sikap adil serta hati-hati dalam menerima informasi, seperti yang dimuat dalam Al-Qur'an pada pernyataan berikut:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang menerima, jika ada orang nakal datang kepadamu membawa kabar, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (Q.S Al-Hujurat: 6)⁷

kita selaku umat Islam hendaklah teliti dan penuh kehati-hatian dalam memperoleh suatu informasi dan berita yang di terima. Jika belum paham, maka kita perlu mengoreksi dan melihat dengan teliti. Hal dikaitkan dengan ajaran Islam yang dianut umat Islam ketika memutuskan apakah akan menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau tidak .

Hadist dan Al Alquran menunjukkan dengan sangat mengenai konsumsi guna membatasi konsumsi manusia dan menyelamatkan manusia dari keserakahan akibat konsumsinya sendiri. Jika orang mengonsumsi produk dengan cara agar relevan berdasarkan ketentuan-ketentuan al-quran dan hadis, mereka akan memperoleh suasana adil dalam berkehidupan, baik di dunia maupun di msupun akhirat. Selain itu, dalam agama Islam orientasi konsumsi tidak hanya untuk mendapatkan kepuasan terhadap barang atau utilitas; namun dalam upaya mencapai

⁷ Al-Qur'an, Al-Hujarat (49): 06.

kepuasan sejati yang utuh lebih penting lagi, itu adalah cara untuk mencapai kepuasaan yang benar yaitu kepuasan dunia akhirat.

Berdasarkan hasil penelitian uji F secara simultan dapat mengetahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 127,645 dengan taraf signifikansi 0,000 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,090 dan diperoleh dari dka pembilang = k dan dkb = n-k-1. Sehingga dka = 2 dan dkb = 100-2-1 = 97. Hal ini menunjukkan bahwa F_{count} lebih penting dibandingkan $F_{(tabel)}$ dan tingkat sig. (0,000) < 0,05. Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa $H_{a.3}$ diterima yang artinya harga dan kualitas produk memberikan dampak positif dan penting untuk melakukan pembelian outfit di legio store pamekasan. Hal ini menunjukkan bahwa hanya harga dan kualitas produk yang mempengaruhi pilihan konsumen untuk membeli pakaian dari toko legio .

Hasil sesuai dengan temuan yang telah diperoleh dari studi sebelumnya dilakukan oleh Novita Sari, Erwin Setiadi , dan Ridho Saputra. Analisis statistik menghasilkan nilai F yang ditentukan sebesar 2289,776 dengan derajat 0,05. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ (2289,776 > 3,18). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan toko label Pekan Baru dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk saja.