

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI TOKO ELLYN

Yana Dwi Lestari^{a*}, Pardi^b

^{a,b} STIE Surakarta, Jl. Slamet Riyadi No.435-437 Sukoharjo, Indonesia

Yanadwi2016@gmail.com

Diterima: Agustus 2021. Disetujui: Mei 2022. Dipublikasikan: Mei 2022.

ABSTRACT

Aims and objectives of the study fact reveal the influence between product quality, price, promotion on purchasing decisions for fashion products at Ellyn Stores. The total population is 200 resellers of Ellyn's shop who conduct transactions both online and offline for the period of May 2021. The sample is 133 resellers using the Slovin formula, the sample technique uses purposive sampling, because the reason is that by using this technique researchers can determine certain specified criteria. The intended criteria are: (a) Buyers with transactions above Rp. 500.000 per month (b) Resellers with a minimum number of transactions of 3 purchases. In this study, the data analysis technique used was the multiple linear regression test technique. The results showed that there was a positive and significant influence between product quality, price and promotion on purchasing decisions for fashion products at Ellyn Stores, either partially or simultaneously. The magnitude of the range of values for the coefficient of determination (R^2) by looking at the adjusted R square value is 0.614 or 61.40%.

Keywords: *product quality; price; promotion; purchase decision; fashion products.*

ABSTRAK

Maksud dan tujuan penelitian mengungkapkan fakta adanya pengaruh antara kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn. Jumlah populasi sebanyak 200 *reseller* toko Ellyn yang melakukan transaksi baik *online* maupun *offline* periode Mei 2021. Sampel berjumlah 133 *reseller* dengan menggunakan rumus Slovin, teknik sampel menggunakan *purposive sampling*, karena alasannya dengan menggunakan teknik ini peneliti dapat menentukan kriteria-kriteria tertentu yang ditetapkan. Kriteria yang dimaksudkan adalah: (a) Pembeli dengan transaksi di atas Rp 500.000 perbulan (b) *Reseller* dengan jumlah transaksi minimal 3 kali pembelian. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan menggunakan teknik uji *multiple linear regression*. Hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan bermakna antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn baik secara parsial maupun simultan. Besarnya kisaran nilai koefisien determinasi (R^2) dengan melihat nilai adjusted R square senilai 0,614 atau sebesar 61,40%.

Kata Kunci: *kualitas produk; harga; promosi; keputusan pembelian; produk fashion.*

PENDAHULUAN

Pandemi wabah COVID 19 di awal 2020 hingga akhir bulan Mei 2021 menjadikan aktivitas masyarakat dibatasi. Namun demikian, agar gaya penampilan tetap terlihat lebih modis dan *fashionable* perlu adanya produk fashion yang mendukung. Semakin beragamnya produk fashion saat ini, membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan terhadap produk fashion tertentu. Hal ini juga merupakan ancaman untuk produsen produk fashion lainnya, semakin banyak merek baru yang datang berarti semakin ketat pula persaingannya. Dalam situasi seperti ini, untuk menjaga dan mendorong toko agar tidak tersaingi oleh toko lain diperlukan kreativitas dan inovasi dari produsen sangat diperlukan.

Di tengah pandemi yang masih melanda saat ini, diiringi dengan kemajuan teknologi internet yang berkembang cepat menjadi peluang tersendiri bagi produsen untuk membuka penjualan dan pendistribusian produk fashionnya secara *online*, di samping itu juga masih tetap dipergunakannya penjualan *offline*. Akan tetapi, ada juga beberapa produsen yang menggunakan dua pilihan secara bersamaan yaitu dengan cara berjualan *online* maupun *offline*.

Toko Ellyn adalah toko *online* dan toko *offline* yang berjualan berbagai produk fashion mulai dari dress, atasan, tunik, blouse, kaos dan celana. toko *online* Ellyn saat ini buka di BTC lantai 2 blok 2i5-7, Sedangkan toko *offline* Ellyn berada di Mojosongo tepatnya di samping rumah makan selera. Saat ini memang toko Ellyn belum mempunyai cabang, tapi *owner* toko Ellyn sudah memikirkan untuk buka toko *online* di BTC dengan nama yang berbeda. Memilih lokasi di BTC karena di BTC bisa terjangkau dan sistem perdagangan lebih luas. Banyaknya reseller yang bergabung untuk menjualkan produk di toko-toko BTC menjadi alasan utama toko Ellyn membuka toko *online*. Harga produk fashion toko Ellyn sangat bisa terjangkau oleh *reseller-reseller* BTC, toko Ellyn juga menyediakan potongan harga di setiap pembelian minimal 3 pcs dan juga

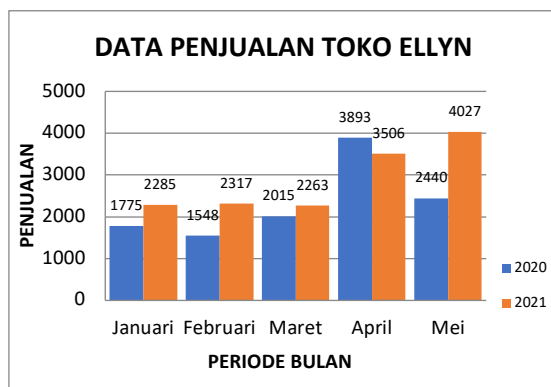
memberikan penukaran nota dengan jumlah nominal Rp 500.000 ditukar dengan Rp 5.000 bisa berlipatan dapat ditukarkan setiap bulannya.

Dalam suatu kegiatan pemasaran, penjualan produk merupakan salah satu faktor penting dalam upaya merealisasikan target perusahaan. Bukti penjualan yang sukses adalah mempunyai perusahaan bertahan di dalam berbagai kondisi persaingan saat ini, selain bertahan dengan pesaing meningkatnya volume penjualan menjadi indikator utama. Untuk itu diperlukan strategi yang jitu dalam mengelola kualitas produk, penetapan strategi harga maupun strategi promosi penjualan untuk menopang kelancaran perusahaan. Kualitas produk diperlukan untuk menjamin produk mereka berkualitas, penetapan harga memberikan keunggulan tersendiri dalam menggaet calon pelanggan baru, sedangkan promosi memberikan gambaran perusahaan tentang penyampaian informasi yang lengkap dan detail kepada pelanggan maupun calon pelanggan terhadap produk-produknya.

Kota Surakarta menjadi salah satu sentra produsen produk batik di Jawa khususnya Jawa Tengah. Saat Pandemi Covid-19, sejumlah produsen produk batik di Surakarta memilih menerapkan strategi penjualan batik secara *online* akibat sebagian besar konsumen enggan pergi untuk berbelanja secara langsung baik ke pasar, toko, serta outlet maupun pasar modern seperti mall, butik maupun distro. Hal ini dikarenakan makin menyebarnya pandemi Covid-19, walaupun saat ini penjualan produk meningkat dibandingkan periode sebelumnya, untuk penjualan produk batik populer seperti modest wear. Beberapa produsen bahkan telah mengembangkan produk terbarunya sesuai kebutuhan pasar, misalnya pembuatan masker bermotif batik. Hasil penjualan cukup bagus, kalau modest wear dikarenakan banyak yang membutuhkan lebih banyak baju rumahan selama pandemi berlangsung. Saat pandemi Covid-19

berlangsung ada beberapa produk fashion yang sering dicari oleh masyarakat, seperti pakaian bayi, anak, piyama dan daster, gamis, serta pakaian olahraga (<http://www.popmama.com>).

Hasil laporan dari situs e-commerce terkemuka merilis terjadi kenaikan yang cukup signifikan penjualan pakaian, terutama pada produk modest wear, saat bulan Ramadhan dan seminggu menjelang lebaran. Owner toko Ellyn mengatakan bahwa sejak awal bulan Januari virus corona masuk ke Indonesia penjualan ditoko Ellyn memang mengalami penurunan yang cukup banyak, tetapi dua bulan sebelum menjelang Hari Raya Idul Fitri 2020 penjualan di toko tersebut sudah mengalami peningkatan. Di data penjualan toko Ellyn meningkat pada bulan April dan Mei, dibandingkan pada bulan Januari dan Februari toko Ellyn mengalami penurunan yang cukup banyak. Owner toko Ellyn juga mengatakan pada bulan April toko Ellyn mengalami peningkatan di produk fashion gamis, walaupun kondisi masih dalam pandemi tetapi *reseller-reseller* benteng trend center masih semangat menjualkan barang toko Ellyn ke intragram, facebook, dan lain-lain.



Sumber: Data Toko Ellyn Surakarta, 2021.

Gambar 1. Data Penjualan Toko Ellyn

Gambar 1. menunjukkan data perbandingan penjualan Toko Ellyn yang peneliti ambil selama 5 bulan terakhir menjelang dan berjalannya lebaran, untuk variabel Y merupakan penjualan barang di Toko Ellyn sedangkan variabel X adalah

bulan dimana selama 5 bulan terakhir Toko Ellyn mengalami peningkatan penjualan sebelum hari raya lebaran baik tahun 2020 maupun 2021 saat masa pandemik Covid-19 maupun era new normal. Menurut data perbandingan di atas dapat disimpulkan pada Januari 2020 Toko Ellyn mampu menjual barang sebanyak 1775 pcs karena awal pandemi meningkat 2285 pcs pada era new normal di tahun 2021. Februari 2020 mengalami penurunan menjadi 1540 pcs meningkat menjadi 2317 pcs di tahun 2021, April 2020 penjualan meningkat 3893 pcs turun dibulan yang sama pada April 2021 menjadi 3506 pcs, Mei 2020 penjualan berjumlah 2440 pcs meningkat signifikan di bulan Mei 2021 sebesar 4027 pcs penjualan.

Menurut pengamatan peneliti di beberapa reseller yang aktif menjualkan produk-produk dari toko Ellyn mereka menyatakan sangat puas dengan barang yang dijual toko tersebut. Karena kualitas produk dapat dipercaya, serta barangnya tidak mudah ditirukan oleh toko lain, penetapan strategi harga berupa pembelian minimal Rp 500.000 memperoleh potongan sebesar Rp 10.000 berlaku untuk kelipatannya cukup menyakinkan para reseller, selain itu promo untuk pembelian 1 seri produk mendapatkan potongan Rp 5.000 per potongnya menjadi daya tarik untuk membeli.

Hasil penelitian Kartika (2017) menemukan dalam penelitiannya bahwa yang menjadikan keputusan pembelian sepatu *Converse All Star* pada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan dipengaruhi oleh adanya faktor-faktor berikut ini yaitu kualitas produk, harga, dan promosi.

Hasil penelitian Nurzannah (2018) dalam penelitiannya menemukan keputusan pembelian mie instan merek Sedaap untuk mahasiswa asrama pada putri Universitas Sumatera Utara banyak dipengaruhi oleh adanya faktor-faktor sebagai berikut diantaranya adalah faktor kualitas produk, faktor harga, dan faktor promosi.

Penelitian senada juga dilakukan oleh Devi (2019), yang telah menemukan keputusan pembelian pada Marketplace Shopee banyak dipengaruhi oleh adanya faktor-faktor penting sebagai berikut yaitu diantaranya faktor kualitas produk, faktor harga maupun faktor promosi yang dilakukan oleh Pihak Marketplace Shopee.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu membuktikan adanya pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn. Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk memberi informasi tentang pembelian produk fashion dalam kondisi *moment specially* hari lebaran baik *online* maupun *offline*.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian survey lapangan digunakan untuk mendesain penelitian mengenai adanya pengaruh yang positif dan bermakna antara variabel bebas berupa kualitas produk, harga dan promosi terhadap variabel terikat berupa keputusan pembelian produk fashion di toko Ellyn baik reseller *online* maupun *offline*.

Populasi dan Sampel

Populasi diambil dari jumlah *customer* atau *reseller* di toko Ellyn baik *online* maupun *offline* periode Mei 2021 yang berjumlah 200 *reseller*. Berdasarkan 200 *reseller* ini selanjutnya dicari jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin. Sampel penelitian berjumlah 133 *reseller*. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling*, alasan karena dengan menggunakan teknik ini peneliti dapat menentukan kriteria-kriteria yang ditetapkan. Kriteria yang dimaksudkan adalah: (a) Pembeli dengan transaksi di atas Rp 500.000 perbulan. (b) *Reseller* dengan jumlah transaksi minimal 3 kali pembelian.

Teknik Pengumpulan Data

Di dalam berbagai proses pengumpulan data, sumber diperoleh melalui kuesioner penelitian yang berisi

tanggapan konsumen mengenai kualitas produk, harga dan promosi serta keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn. Instrumen berupa kuesioner penelitian dengan penggunaan skala Likert 1-5. Data tambahan merupakan referensi tambahan yang didapatkan dari instansi sebagai sumber data yang berisi tentang profil perusahaan serta data penunjang lainnya.

Teknik Analisa Data

Validitas data dimaksudkan untuk mengetahui kevalidan suatu instrumen penelitian, dengan cara mencari korelasi antar skor tiap-tiap item pernyataan dibandingkan dengan total skor setiap konstruksinya (Ghozali, 2018). Reliabilitas data dimaksudkan untuk mengetahui kehandalan instrumen dalam mengukur variabel yang digunakan sebagai instrumen penelitian (Arikunto, 2014). Cara mendeteksi adanya reliabilitas memakai teknik koefisien *Cronbach Alpha*.

Uji prasyarat yang meliputi uji asumsi klasik terdiri dari *normalitas test*, untuk mengetahui normal/tidak normal distribusi data dengan melihat nilai *P-Plot Normalitas*; *multicollinearitas test*, untuk mengidentifikasi gejala multikolinearitas dalam variabel independent dengan memperhatikan nilai *Tolerance* dan *VIF*; *heteroscedastisitas test* untuk mengidentifikasi terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu amatan ke amatan yang lain dengan memperhatikan diagram *Scatterplot* dalam sebuah persamaan regresi.

Uji hipotesis membuktikan kecocokan hipotesis yang diajukan dengan hasil penelitian, yang meliputi:

1. Persamaan regresi linear berganda *Multiple Linear Regression* berfungsi untuk mengidentifikasi adanya arah pengaruh yang dihasilkan persamaan regresi.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Dependent variable*, yaitu keputusan pembelian produk fashion

α = Konstanta (*constant*)

β_1 = Koefisien regresi linear berganda variabel kualitas produk

β_2 = Koefisien regresi linear berganda variabel harga

β_3 = Koefisien regresi linear berganda variabel promosi

X_1 = *Independent variable*, yaitu variabel kualitas produk

X_2 = *Independent variable*, yaitu variabel harga

X_3 = *Independent variable*, yaitu variabel harga

e = *Error*

2. Signifikansi Partial

Pengujian signifikansi partial bertujuan dalam mengidentifikasi pengaruh secara partial antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Signifikansi Simultan

Pengujian signifikansi simultan bertujuan dalam mengidentifikasi pengaruh secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

4. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan dalam memprediksi besarnya pengaruh yang disumbangkan variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas

Item Pernyataan	r _{hitung}	p value	Keputusan
KP_1	.853	.000	Valid
KP_2	.782	.000	Valid
KP_3	.858	.000	Valid
KP_4	.809	.000	Valid
KP_5	.840	.000	Valid
HG_1	.829	.000	Valid
HG_2	.842	.000	Valid
HG_3	.816	.000	Valid
HG_4	.847	.000	Valid
HG_5	.793	.000	Valid
PM_1	.905	.000	Valid
PM_2	.851	.006	Valid
PM_3	.857	.000	Valid
PM_4	.723	.000	Valid
PM_5	.866	.000	Valid
KPF_1	.646	.000	Valid
KPF_2	.795	.000	Valid

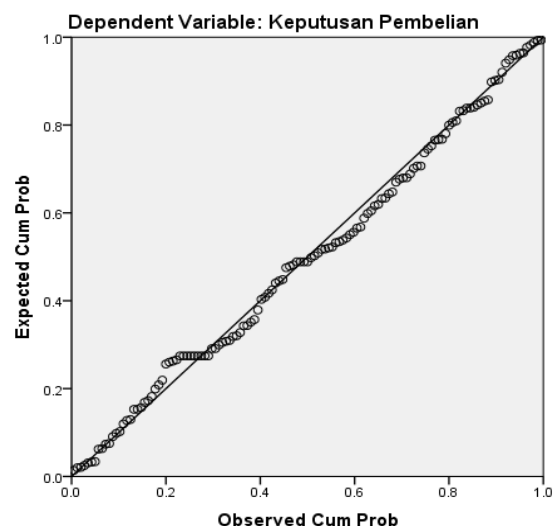
KPF_3	.797	.000	Valid
KPF_4	.791	.000	Valid
KPF_5	.668	.000	Valid

Variabel Penelitian	Nilai Alpha	Nilai Kriteria	Keputusan
Kualitas Produk	.884	.70	Reliable
Harga	.882	.70	Reliable
Promosi	.895	.70	Reliable
Keputusan Pemb	.797	.70	Reliable

Sumber: Data Penelitian Diolah, 2021.

Pengolahan hasil pengujian validitas diketahui keseluruhan item pernyataan penelitian baik variabel independent maupun dependent yang diwakili masing-masing 5 item pernyataan dinyatakan *valid*, dibuktikan diperolehnya semua skor $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan didukung dengan diperolehnya $p\text{ value} < 0,05$. Untuk hasil pengujian reliabilitas diketahui semua variabel penelitian dinyatakan *reliable*, dibuktikan dengan diperolehnya nilai $\alpha < 0,70$.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Penelitian Diolah, 2021.

Gambar 2. Grafik Uji Normalitas dengan P-P Plot

Berdasarkan Gambar 2 hasil pengolahan pengujian prasyarat penelitian berupa asumsi klasik diperoleh hasil bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal, tidak ada gejala atau masalah multikolinearitas maupun gejala heteroskedastisitas.

Tabel 2. Tabulasi dan Keputusan Uji
Multiple Linear Regression

Variabel	β	t	Sig	Keputusan
Konstanta	9.679			
Kualitas Produk	0.179	3.126	0.002	Menolak H_0 menerima H_a , arah pengaruh positif
Harga	0.219	3.365	0.001	Menolak H_0 menerima H_a , arah pengaruh positif
Promosi	0.158	2.248	0.026	Menolak H_0 menerima H_a , arah pengaruh positif
R Square = 0.623	Adjusted R Square = 0.614	$F_{hitung} = 71.079$	Sig. F = 0,000	Menolak H_0 menerima H_a , pengaruh simultan kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian

Sumber: Data Penelitian Diolah, Per April 2021

Hasil uji regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$= 9.679 + 0.179X_1 + 0.219X_2 + 0.158X_3 + e$$

Interpretasi hasil persamaan regresi linear berganda:

1. α merupakan nilai konstanta 9,679, ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn senilai 9,679 jika tanpa adanya variabel kualitas produk, harga, promosi.
2. β_1 merupakan nilai koefisien regresi linear berganda variabel bebas kualitas produk, bernilai positif senilai 0,179, ini mengindikasikan bahwa variabel terikat keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas produk senilai 0,179, jika kualitas produk ditingkatkan maka akan mampu meningkatkan variabel terikat keputusan pembelian produk fashion senilai 0,179.
3. β_2 merupakan nilai koefisien regresi linear berganda variabel bebas harga, bernilai positif senilai 0,219, ini mengindikasikan bahwa variabel terikat keputusan pembelian produk fashion di

Toko Ellyn dipengaruhi oleh variabel bebas harga senilai 0,219, jika variabel harga ditingkatkan satu (1) satuan maka variabel terikat yaitu keputusan pembelian produk fashion akan berhasil meningkat sebesar 0,219.

4. β_3 merupakan nilai koefisien regresi linear berganda variabel bebas promosi, bernilai positif senilai 0,158, ini mengindikasikan bahwa variabel terikat keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn dipengaruhi oleh variabel bebas promosi sebesar 0,158, jika variabel promosi ditingkatkan satu (1) satuan maka variabel terikat yaitu keputusan pembelian produk fashion akan berhasil meningkat sebesar 0,158.

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Ellyn

Hipotesis 1 (H_{01}), menyatakan tidak ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn, sehingga menolak H_{01} maka menerima H_{a1} , dibuktikan dengan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (β_1) positif sebesar 0,179 dan didukung dengan diperolehnya p value 0,002, maka ditarik simpulan kualitas produk berpengaruh positif dan bermakna terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn. Hasil penelitian mendukung penelitian Kartika (2017), Nurzannah (2018), Devi (2019), dimana kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Ellyn

Hipotesis 2 (H_{02}), menyatakan tidak ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn, sehingga menolak H_{02} maka menerima H_{a2} dibuktikan dengan nilai koefisien regresi variabel harga (β_2) positif

sebesar 0,219 dan didukung dengan diperolehnya p value 0,034, maka ditarik simpulan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn. Hasil penelitian mendukung penelitian Kartika (2017), Nurzannah (2018), Devi (2019), dimana kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Ellyn

Hipotesis 3 (H_{03}), menyatakan tidak ada pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn, sehingga menolak H_{03} maka menerima H_{a3} , dibuktikan dengan nilai koefisien regresi variabel promosi (β_3) positif sebesar 0,158 dan didukung dengan diperolehnya p value 0,024, maka ditarik simpulan promosi berpengaruh positif dan bermakna terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn. Hasil penelitian mendukung penelitian Kartika (2017), Nurzannah (2018), Devi (2019), dimana kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Ellyn

Hipotesis 4 (H_{04}), menyatakan tidak ada pengaruh antara kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Ellyn, sehingga menolak H_{04} dan menerima H_{a4} , dibuktikan dari nilai F_{hitung} 71,079 dan didukung dengan diperolehnya p value 0,000, maka disimpulkan adanya pengaruh yang bermakna antara kualitas produksi, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn. Hasil penelitian mendukung penelitian Kartika (2017), Nurzannah (2018), Devi (2019), dimana kualitas

produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Besarnya kisaran nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh kisaran 0,614 atau 61,40%, hal ini dapat disimpulkan besarnya pengaruh kualitas produksi, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn sebanyak 61,40, masih sebanyak 38,60% lagi yang merupakan sisanya dari 100% yang mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn dipengaruhi oleh faktor lain selain ketiga faktor tersebut, misalnya saluran distribusi, citra merek, kepercayaan, kualitas informasi, persepsi resiko.

SIMPULAN

Hasil analisa data penelitian terhadap tema pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn menunjukkan adanya pengaruh yang positif bermakna antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn dengan cara individual dan bersamaan baik dalam pembelian online maupun offline. Besarnya kisaran nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh kisaran 0,614 atau 61,40%, hal ini dapat disimpulkan besarnya pengaruh kualitas produksi, harga, promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn sebanyak 61,40, masih sebanyak 38,60% lagi yang merupakan sisanya dari 100% merupakan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn selain ketiga faktor yang diteliti tersebut, misalnya saluran distribusi, citra merek, kepercayaan, kualitas informasi, persepsi resiko.

Penelitian ini dibatasi alat pengumpul data melalui kuesioner, peneliti memberikan kuesioner secara *online* (*google.form*) maupun *offline* (tertulis), dan dalam kondisi *moment specially* yaitu lebaran, dimana

banyak sekali transaksi yang dilakukan di Toko Ellyn.

Saran penulis, sebaiknya penelitian diusahakan jangan dilakukan pada *moment specially*, karena pada moment ini banyak toko fashion memberikan potongan harga, pembelian, maupun bonus sehingga dapat mempengaruhi subjektivitas dalam pengisian kuesioner.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2014). Metodologi Penelitian. Edisi Revisi. Yogyakarta: YKPN.
- Devi, Lenggang Kurnia Intan. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Harahap, Nurzannah. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Kartika, Dessy F.Koto. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan.
- Kotler, P, Keller, K.L. (2014). Marketing Management, 12th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Pratama, Bobby Esa. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu DH., Irawan. (2010). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, F. (2010). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia.
- Wijaya, Fredy. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman.

<http://www.popmama.com>.