

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Second Import

Radlyah Hasan Jan¹, Fitri Ayu Lestari Niu¹, Ayu Rosanti Paputungan¹, Faradila Hasan^{2,*}

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Manado
Jl. Manguni Raya, Malendeng, Kec. Tikala, Kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia

²Fakultas Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Manado
Jl. Manguni Raya, Malendeng, Kec. Tikala, Kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia

Email: ¹radlyah.jan@iain-manado.ac.id, ²fitri.ayu@iain-manado.ac.id, ³ayu.paputungan@iain-manado.ac.id,

^{4,*}faradila.hasan@iain-manado.ac.id

Email Penulis Korespondensi: faradila.hasan@iain-manado.ac.id

Abstrak—Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Manado. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui google form kemudian teknik pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 68 orang yang diambil berdasarkan rumus slovin kemudian data diolah menggunakan SPSS versi 26. analisis data dalam penelitian ini yaitu regresi linear sederhana. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 0.643 + 0.494X$ hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel minat beli. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dimana diketahui nilai t hitung adalah sebesar 15.256 atau lebih besar dari nilai t tabel 1.996 kemudian nilai (Sig) adalah 0.000 atau lebih kecil dari 0.05. Penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian (Rorong 2021) dalam konteks pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan, bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R Square adalah sebesar 0.779 nilai tersebut menggambarkan bahwa kontribusi variabel kualitas produk terhadap variabel minat beli adalah sebesar 77.9%. sedangkan sisanya sebesar 21.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk pakaian second import terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Manado yang cenderung mengutamakan gaya berpakaian ketika beraktivitas di kampus sehingga dalam menunjang penampilan menggunakan pakaian second import menjadi salah satu alternatif.

Kata Kunci: Minat Beli; Pakaian Second Import; Mahasiswa; Perilaku Konsumen; Kualitas Produk

Abstract—The purpose of the study was to determine the effect of product quality on the interest in buying second-import clothes in students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Manado. The research method used in this study is quantitative, data collection techniques using questionnaires distributed through google form then sampling techniques using probability sampling techniques with a total sample of 68 people taken based on the slovin formula then the data is processed using SPSS version 26. Data analysis in this study is simple linear regression. The results obtained a simple linear regression equation, namely $Y = 0.643 + 0.494X$, this shows that the product quality variable has a positive effect on the variable of buying interest. This is evidenced by the results of the t test where it is known that the calculated t value is 15.256 or greater than the table t value of 1.996 then the value (Sig) is 0.000 or smaller than 0.05. Then in the results of the coefficient of determination test, it is known that the R Square value is 0.779, the value illustrates that the contribution of product quality variables to the buying interest variable is 77.9%. While the remaining 21.1% was influenced by other variants that were not studied in this study. So it can be concluded that there is an influence between the quality of second-import clothing products on the buying interest of students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Manado who tend to prioritize dressing styles when doing activities on campus so that in supporting the appearance of using second-imported clothes is one alternative.

Keywords: Buying Interest; Second Import Clothing; Student; Consumer Behavior; Product Quality

1. PENDAHULUAN

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang penting bagi seorang manusia tanpa pakaian, manusia tak bisa menutup serta melakukan perlindungan untuk tubuhnya terutama dari panas dan dinginnya cuaca selain itu dengan adanya pakaian dapat memberikan bantuan untuk penggunaannya dalam menutupi sejumlah bagian tubuh dimana pakaian tersebut berfungsi untuk menjaga kesopanan atau modesty function (Putu Krisdiana Nara Kusuma dan Nurhayati 2022).

Menurut pendapat Astuti dan Abdullah Kualitas produk sangat berkaitan dengan keputusan seseorang dalam pembelian karena ketika produk yang telah dipilih oleh konsumen tidak sesuai standar maupun kualitas yang baik kemungkinan besar konsumen akan memilih alternatif lain atau akan lebih memilih produk lain dikarenakan kualitas yang disugukan tidak memenuhi standar seperti kehendak konsumen. (Rini Astuti 2017) Menurut (Maramis et al. 2018) Kualitas Produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melaksanakan sejumlah fungsinya, kemampuan tersebut mencakup ketahanan, kehandalan, ketelitian yang diwujudkan, kemudahan untuk digunakan ataupun diperbaiki, serta kegunaan lainnya pada semua bagian produknya.

Keberadaan pakaian second import di Indonesia sudah tidak asing lagi bahkan banyak diminati oleh berbagai kalangan terutama kalangan menengah bawah untuk memenuhi kebutuhan berpakaian. Pakaian second import merupakan pakaian dari sisa penjualan produk pabrik atau garmen serta department store yang telah ditimbulk bertahun-tahun pada gudang, pakaian-pakaian timbunan tersebut lalu dikumpulkan dan dijual ulang oleh pihak-pihak tertentu.

Pakaian second di impor dari luar negeri seperti Thailand, Korea Selatan, Jepang, Malaysia, Cina dan Negara-negara lainnya. Pakaian second yang di import ke Indonesia dikemas dalam bentuk balpers atau bal. Istilah balpers digunakan untuk pakaian baru yang tidak laku jual dan dari sisi fashion sudah tidak menjadi trend di negara asal. Pakaian-

pakaian yang sudah pernah dipakai maupun pakaian baru yang sudah tidak menjadi trend dikumpulkan dan dikemas dalam karung kemudian dipadatkan dengan mesin pressure, sehingga dalam satu karung dapat memuat banyak pakaian, berat rata-rata karung ballpres antara 90-100kg per bal, setelah di kemas pakaian tersebut lalu di kirim ke negara tujuan termasuk di Indonesia.

Aspek – aspek yang menjadikan pakaian second import tersebut diminati yaitu Kualitas. Kebanyakan pakaian second impor masih dalam kondisi yang baik, bahkan tak jarang terdapat pakaian yang masih baru (masih terdapat hangtag yang menempel pada pakaian) dengan merek yang terkenal dari luar negeri. Model pakaian second seringkali memiliki model terbaru. Harga pakaian second import dari luar negeri sangat murah. Kebutuhan akan baju berkualitas berharga murah

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nur Awalia dengan judul “Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas Di Pasar Sumpang Kota Parepare (Konsetasi Hukum Ekonomi Islam)” hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih pakaian bekas yaitu faktor ekonomi, lingkungan serta kualitas produk dikarenakan pakaian bekas memiliki kualitas yang bagus dengan harga murah sehingga masyarakat dapat memperoleh pakaian yang bagus dengan harga terjangkau tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak serta pakaian tersebut dapat lebih awet digunakan.

Penelitian yang di lakukan oleh (Rosnaini 2017) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi, dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan dan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, toko khusus yang menjual pakaian second import di Kota Manado bisa dengan mudah di temukan seperti salah satunya Toko Istana Cabo yang terletak di Jalan Sugiono, Kecamatan. Wenang, Kota Manado yang sudah berdiri selama 21 tahun dan khusus menjual pakaian second import seperti pakaian pria maupun wanita dengan berbagai macam jenis dan model yang beragam minat konsumen terhadap pakaian second import tersebut terlihat dari banyaknya konsumen yang mengunjungi Toko Istana Cabo manado perharinya, baik dari golongan muda sampai orang tua, pembeli pakaian second import di Toko Istana Cabo ini tidak hanya sekedar berasal dari Kota Manado saja, namun banyak pembeli yang berasal dari luar Kota Manado. Berdasarkan wawancara dengan salah satu karyawan toko Istana Cabo menyatakan bahwa pakaian second import dengan merek-merek ternama luar negeri yang kualitasnya cukup bagus lebih banyak diminati pembeli seperti Zara, Uniqlo, Adidas, H&M, Dickies dll.

Namun permasalahan yang sering dijumpai yaitu pakaian second import yang datang dalam bentuk ball setelah dibongkar isinya tidak semua masih dalam kondisi yang masih bagus, beberapa pakaian terkadang ditemukan kecacatan seperti adanya noda dan sobekan pada bagian tertentu, serta kancing dan resleting yang sudah lepas. Hal itu membuat pakaian second yang memiliki kecacatan harus dipisah dengan pakaian yang kondisinya masih bagus dan dijual dengan harga yang sangat murah.

Observasi juga dilakukan pada Salah satu peminat pakaian second import berasal dari kalangan Mahasiswa IAIN Manado. Khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado dikarenakan Mahasiswa dari fakultas ini cenderung lebih memperhatikan penampilan atau style saat ke kampus sehingga pakaian merupakan salah satu alternatif dalam penunjang penampilan, umumnya gaya berpakaian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado kerap mengikuti trend pakaian terbaru namun tetap rapi cenderung ke formal hal itu bertujuan agar terbiasa berpenampilan rapi dan sopan sebelum memasuki dunia kerja. untuk memenuhi kebutuhan berpakaian tersebut sebagian mahasiswa memilih mencari pakaian yang sesuai dengan aturan kampus di toko yang menjual pakaian second karena selain harganya yang relatif terjangkau mereka juga bisa mendapatkan pakaian second import dengan brand ternama luar negeri yang kualitasnya tidak diragukan.

Hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado pada tanggal 1 Maret 2022. Menyatakan bahwa alasan membeli pakaian second import dikarenakan kualitasnya yang tidak jauh beda dengan pakaian import yang masih baru serta terdapat beberapa pakaian dengan brand ternama luar negeri yang kualitasnya cukup bagus namun bisa didapat dengan harga terjangkau, serta tidak ada perbedaan yang mencolok saat menggunakan pakaian second maupun pakaian yang masih baru, untuk mendapatkan pakaian second import biasanya diperoleh dari membeli secara online atau membeli secara langsung di toko khusus pakaian second import. Dari permasalahan tersebut diatas, maka perlu untuk diteliti, apakah Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Second Import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

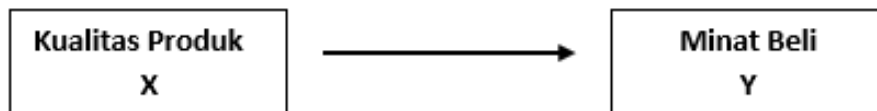
Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agustina (2018), Kurniawan (2022), Mita (2022), Mardiyati dan Wahyudi (2022), Rorong A, Mukuan M.S (2021), Wijaya dan Nugroho (2022), Cahya, Rahmawati, dan Ningsih (2021), Nadinia Aulia Fatin (2022), dan Maulidah dan Russanti (2021) menyimpulkan bahwa (1) kualitas produk, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian; (2) produk, harga, dan pemberian diskon berpengaruh terhadap minat beli pada toko Thriftdulduldul; (3) kualitas produk, citra merek, harga, dan promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen; (4) faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli pakaian bekas impor di Kota Pontianak adalah harga yang murah; (5) terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di Pasar Baru Langowan; dan (6) ada pengaruh atas kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor di Wilayah DI Yogyakarta.

Semua penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh atas harga, kualitas produk, citra merek, diskon, promosi berpengaruh kepada minat dan keputusan pembelian. Bahkan menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli bearang impor bekas. Namun belum pernah ada yang meneliti keputusan pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Konseptual

Variabel X (Kualitas produk) dengan variabel Y (Minat beli). Dari pengujian linieritas yaitu untuk mengetahui kedua variabel memiliki korelasi linear yang signifikan ataupun tidak signifikan. Dasar dalam mengambil keputusan untuk pengujian linearitas dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan perbandingan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan 0.05. Pengujian linearitas yang dipakai ialah Test For Linearity dengan melihat apakah hasil dari deviation form linerity >0.5 sehingga ada hubungan yang linear dengan signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

2.2 Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan pendekatan deskriptif. Dalam pandangan. (Dr. H zuchri Abdussamad 2021) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang dilandaskan kepada filsafat positivisme, dipakai dalam melakukan penelitian pada populasi ataupun sampel yang sebelumnya telah ditentukan, dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, untuk menganalisa data memiliki sifat statistika, bertujuan dalam uji hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dimana bertujuan untuk memberikan pendeskripsian dari obyek penelitian atau hasil dari penelitian yang dilakukan.

2.3 Sumber Data

Data Primer

Data Primer pada penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang disebar melalui google form untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado Angkatan Tahun 2018.

Data Sekunder

Data sekunder untuk penelitian ini yakni didapatkan dari buku, artikel, web yang berkaitan.

2.4 Populasi dan Sampel

Untuk populasi dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado Angkatan 2018. Terdiri dari Program Studi Ekonomi Syariah sebanyak 134 orang dan Mahasiswa Program studi perbankan syariah sebanyak 76 Orang totalnya 210 Orang. Dalam memberikan penentuan dari besaran sampel memakai rumus Slovin dengan hasil perhitungan sebanyak 60 orang. Dalam memberikan penentuan dari besaran sampel memakai rumus Slovin dengan cara seperti di bawah ini :

$$n = \frac{n}{1+N(e)^2} \tag{1}$$

n = Besar sampel

N = Besar Populasi

e = Nilai kritis (Batasan ketelitian) yang diinginkan (persentase kolongaran dikarenakan ketidaktelitian sebab kekeliruan dalam penarikan sampel). (Marlius dan Mutiara 2022)

Sehingga :

$$n = \frac{210}{1+210(0.1)^2}$$

$$n = \frac{210}{1+210 \times (0.01)}$$

$$n = \frac{210}{1+2.1}$$

$$n = \frac{210}{3.1}$$

$$n = 67.74 = 68 \text{ orang}$$

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang meliputi Observasi, Kuesioner, dan Dokumentasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi serta Bisnis Islam angkatan 2018 yang berjumlah 210 responden yang merupakan populasi namun hanya diambil sebanyak 68 mahasiswa yang menjadi sampel pada penelitian

ini. Untuk karakteristiknya sendiri maka peneliti memberikan pemaparan tentang responden yang didasari kepada Jenis kelamin, Usia serta Program studi.

3.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin Responden. Dibawah ini ialah data mengenai jenis kelamin dari responden mahasiswa angkatan 2018.

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase%
1	Laki-laki	21	30.9%
2	Perempuan	47	69.1%
	Jumlah	68	100%

Bisa dilihat pada tabel 1 dimana responden yang memberikan jawaban berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan dengan total 47 responden atau sebesar 69.1% serta laki-laki dengan total 21 responden atau hanya sebesar 30.9%. Berdasarkan Usia Responden. Berikut adalah data mengenai usia responden Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2018.

Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	21	11	16.2%
2	22	34	50.0%
3	23	18	26.5%
4	24	3	4.4%
5	25	1	1.5%
6	27	1	1.5%
	Total	68	100%

Berdasarkan keterangan tabel 2 dapat diketahui bahwa responden Fakultas Ekonomi Bisnis Islam berdasarkan usia yang paling banyak adalah usia 22 tahun dengan presentase sebesar 50.0% dan usia 23 tahun dengan presentase sebesar 26.5%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kalangan muda yang merupakan peminat pakaian second import dengan usia 21-23 tahun. Berdasarkan Program studi

Tabel 3. Distribusi jawaban berdasarkan Program Studi Responden

No	Program studi	Frekuensi	Presentase%
1	Perbankan syariah	27	39.7%
2	Ekonomi syariah	41	60.3%
	Jumlah	68	100%

Didasarkan kepada poin tabel 3 bisa di ketahui dimana responden berdasarkan Program studi didominasi oleh program studi ekonomi syariah dengan presentase sebesar 60.3% sedangkan program studi perbankan syariah hanya sebesar 39.7%

3.2.1 Deskripsi Variabel

Pada penelitian ini mencakup kepada satu variabel bebas (X) Kualitas Produk serta variabel terikatnya (Y) Minat Beli. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado dengan sampel penelitian sebanyak 68 orang Mahasiswa. Di bawah ini ialah tabel beserta deskripsi jawaban ataupun tanggapan yang bersumber dari responden Deskripsi Variabel X (Kualitas Produk)

Tabel 4. Data Variabel X Kualitas Produk

No	VARIABEL X	PENILAIAN				
		SS(5)	S(4)	KS(3)	TS(2)	STS(1)
1	P1	27	33	5	3	0
2	P2	24	30	11	2	1
3	P3	30	26	11	1	0
4	P4	22	32	14	0	0
5	P5	30	31	7	0	0
6	P6	31	23	10	4	0
7	P7	18	25	16	8	1
8	P8	19	32	16	1	0
9	P9	31	23	13	1	0
10	P10	18	24	23	2	1

No	VARIABEL X	PENILAIAN				
		SS(5)	S(4)	KS(3)	TS(2)	STS(1)
11	P11	22	36	9	1	0
12	P12	19	32	15	2	0
13	P13	16	28	21	2	1
14	P14	29	24	13	2	0
15	P15	43	20	5	0	0
16	P16	17	30	17	4	0
	Total	396	449	206	33	4
	Persentase	36%	41%	19%	3%	1%

Pada tabel 4 terlihat dimana rata-rata responden memberikan pilihan setuju untuk poin pernyataan pada variabel mengenai kualitas produk pakaian second import dengan jumlah persentase sebanyak 41%.. Deskripsi Variabel Y (Minat Beli)

Tabel 5. Data Variabel Y (Minat beli)

No	Variabel Y	PENILAIAN				
		SS(5)	S(4)	KS(3)	TS(2)	STS(1)
1	P1	27	33	5	2	1
2	P2	24	30	12	1	1
3	P3	30	27	11	0	0
4	P4	22	33	13	0	0
5	P5	30	32	6	0	0
6	P6	30	24	11	3	0
7	P7	18	26	16	7	1
8	P8	20	32	15	1	0
	Total	201	237	89	14	3
	Presentase%	37%	44%	16%	3%	0%

Pada tabel 5 terlihat dimana rata-rata para responden memberikan pilihan setuju berkaitan dengan poin pernyataan variabel minat beli pakaian second import, Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki minat pada pakaian second import sebesar 44%.

3.3 Analisis Data

3.3.1 Uji Validitas

Untuk memberikan penentuan layak ataupun tidak suatu poin pernyataan yang dipakai Penulis memakai metode analisa korelasi Bivariate Pearson (produk momen person) dengan level signifikansi 5%. Hasil r_{tabel} diperoleh lewat rumus $(df) = n - 2$ sehingga hasil $(df = 68-2)$ yaitu 66 maka jika dilihat pada distribusi nilai r_{tabel} untuk level signifikan 5% yaitu 0.238 jika hasil $r_{hitung} > 0.238$ maka poin pernyataan dikatakan valid. Namun jika hasil $r_{hitung} < 0, 238$ maka pernyataan dipandang tidak valid dan berikut hasil perhitungan uji validitas dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26.

Tabel 6. Uji Validitas Variabel X (Kualitas Produk)

Pernyataan	Pearson correlation	r tabel	Keterangan
1	0.591	0.238	Valid
2	0.587	0.238	Valid
3	0.602	0.238	Valid
4	0.684	0.238	Valid
5	0.442	0.238	Valid
6	0.678	0.238	Valid
7	0.631	0.238	Valid
8	0.664	0.238	Valid
9	0.551	0.238	Valid
10	0.457	0.238	Valid
11	0.517	0.238	Valid
12	0.349	0.238	Valid
13	0.439	0.238	Valid
14	0.480	0.238	Valid
15	0.475	0.238	Valid
16	0.590	0.238	Valid

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa pengujian validitas untuk variabel X (kualitas produk) pada tiap pernyataan dipandang valid sebab hasil $r_{hitung} > 0.238$ maka seluruh item pernyataan bisa digunakan untuk penelitian ini.

Tabel 7. Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)

Pernyataan	Pearson correlation	r tabel	Keterangan
1	0.639	0.238	Valid
2	0.593	0.238	Valid
3	0.576	0.238	Valid
4	0.654	0.238	Valid
5	0.389	0.238	Valid
6	0.695	0.238	Valid
7	0.660	0.238	Valid
8	0.691	0.238	Valid

Kemudian selanjutnya berdasarkan tabel 7 untuk pengujian validitas variabel Y (Minat beli), Berdasarkan hasil uji validitas diketahui seluruh poin telah dianggap Valid sebab hasil $r_{hitung} > 0.238$ maka seluruh poin pernyataan bisa digunakan untuk penelitian ini. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini seluruh instrumen yang digunakan valid. Sehingga untuk proses pengujian selanjutnya, seluruh instrumen tersebut dapat diikutsertakan.

3.3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan lewat pengujian alpha cronbach. Suatu variable dinyatakan reliabel bila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ jika Cronbach Alpha lebih kecil $< 0,60$ maka poin pernyataan dipandang tidak reliabel. Berikut tabel hasil uji reliabilitas :

Tabel 8. Uji Reliabilitas X (Kualitas produk)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	16

Setelah dilakukannya pengujian berdasarkan Tabel 8 diketahui hasil reliabilitas uji Cronbach Alpha bagi variabel X (Kualitas Produk) ialah sebesar 0.842 maka dapat disimpulkan pengujian Reliabilitas Variabel X (Kualitas Produk) dinyatakan reliable sebab hasil Cronbach Alpha $> 0,60$.

Tabel 9. Uji Reliabilitas Y (Minat beli)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	8

Kemudian hasil pengujian reliabilitas variabel Y berdasarkan tabel 9 diketahui hasil reliabilitas uji Cronbach Alpha untuk variabel Y (Minat Beli) ialah 0.764. maka dapat disimpulkan bahwa variabel Y (Minat Beli) dikatakan reliable karena nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Berdasarkan hasil analisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini reliabel/diterima. Terbukti dari nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60

3.4 Uji Asumsi Klasik

3.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan dalam memberikan penentuan data dari variabel X serta Y yang diteliti berdistribusi normal ataupun tidak. Pengujian ini menggunakan teknik Kolmogorov-sminov dengan level signifikansi 5% (0,05). Data dipandang memiliki distribusi normal bila nilai signifikansi $> 0,05$. Berikut adalah tabel dari hasil olah data kuesioner pada uji statistik :

Tabel 10. Uji Normalitas Kolmogorov-sminov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.86125508
Most Extreme Differences	Absolute	.094

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Positive	.092
Negative	-.094
Test Statistic	.094
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Setelah di lakukan pengujian berdasarkan 10 diketahui hasil dari Asymp.sig (2-failed) ialah 0.200. maka bisa dinyatakan nilai pengujian normalitas dengan teknik Kolmogorov-sminov memiliki distribusi normal sebab hasil yang diperoleh > 0.05.

3.4.2 Uji Linearitas

Uji linerlitas digunakan untuk mengetahui korelasi antara variabel bebas serta variabel terikat memiliki sifat linear (garis lurus). Uji yang digunakan dalam SPSS ialah Test For Linearity. Adapun dasar pengambilan keputusan uji linearitas apabila nilai devition from linierity > 0,05. Maka bisa dinyatakan variabel X dan Y Memiliki hubungan yang linear. Berikut hasil uji linearitas :

Tabel 11. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT BELI * KUALITAS PRODUK	Between Groups	(Combined) Linearity	920.666	24	38.361	12.692	.000
		Deviation from Linearity	818.526	1	818.526	270.813	.000
			102.139	23	4.441	1.469	.136
	Within Groups		129.967	43	3.022		
	Total		1050.632	67			

Berdasarkan tabel 11 diketahui bahwa hasil signifikan Deviation from linearity adalah 0,136 atau > 0,05. sehingga bisa ditarik kesimpulan dimana terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kualitas produk dan minat beli.

3.5 Uji Hipotesis

3.5.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi ialah salah satu media pengukuran yang berfungsi dalam melakukan pengukuran terdapat ada atau tidaknya korelasi antara kedua variabel. Uji regresi linear sederhana merupakan uji pada data yang mencakup kepada 2 variabel yaitu variabel bebas serta variabel terikat. Bagi variabel memiliki sifat kausal (memiliki pengaruh). Pengujian tersebut dilakukan melalui SPSS. Dimana untuk rumus regresi bisa dituliskan seperti di bawah ini.(Suhandi, Yuliawati, dan Charista 2018)

$$Y = a + bX \tag{2}$$

Dimana :

Y = Nilai yang diprediksikan (Variabel dependent)

a = konstanta (suatu bilangan konstanta yang merupakan nilai Y apabila X=0)

b = Koefisiensi Regresi (hasil meningkat ataupun menurun)

X = Nilai variabel independen

Tabel 12. Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.643	2.138		.301	.765
KUALITAS PRODUK	.494	.032	.883	15.256	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Berdasarkan tabel 12 diketahui nilai regresi linear menunjukkan dimana hasil $a =$ angka konstan dari Unstandardized Coefficients adalah sebesar 0.643 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas produk (X) bernilai 0 atau tidak meningkat maka minat beli (Y) akan tetap bernilai 0.643. Sedangkan untuk hasil $b =$ nilai koefisiensi regresi mempunyai nilai sebesar 0.494 yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya dimana tiap penambahan 1% tingkat Kualitas Produk (X) maka minat beli (Y) akan bertambah 0.494 hal ini menunjukkan koefisien regresi bernilai positif. Untuk persamaan regresinya ialah :

$$Y = 0.643 + 0.494X \tag{3}$$

3.5.2 Uji Koefisiensi Regresi (uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel bebas atau independent secara individu terhadap variabel terikat atau dependen.(Sugiyono 2005) Dalam pengambilan keputusan pengujian uji t didasarkan kepada 2 acuan yang dipakai sebagai dasar dalam pengambilan keputusan ialah :

- 1) didasarkan hasil signifikansi (sig)
 - a) bila hasil signifikansinya (sig) < 0.5 maka terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y) ataupun Ha hipotesis diterima
 - b) bila hasil signifikansinya (sig) > 0.5 maka tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y) ataupun H0 hipotesis ditolak.
- 2) didasarkan atas perbandingan antara hasil t_{hitung} serta t_{tabel}
 - a) bila hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau Ha hipotesis diterima.
 - b) bila hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y) atau H0 hipotesis ditolak.(Rahajo 2019)

Tabel 13. Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error		
1 (Constant)	.643	2.138	.301	.765
KUALITAS PRODUK	.494	.032	.883	15.256 .000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini yaitu :

H0 : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

Ha : Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

Berdasarkan tabel coefficients 4.13 diketahui hasil berdasarkan nilai signifikansi (sig) pada variabel kualitas produk (X) ialah sebesar 0.000 dikarenakan hasil sig $0.000 < 0.05$ sehingga bisa ditarik kesimpulan dimana Ha atau hipotesis diterima dan H0 ditolak. Kemudian pengujian selanjutnya yaitu dengan membandingkan antara hasil t_{hitung} dan t_{tabel} . Adapun untuk mencari hasil t_{tabel} didapatkan dari rumus:

$$t_{tabel} = (a/2 ; n - k - 1) \tag{4}$$

Dimana:

n = sampel

k = banyak variabel independent

a = 0,05 (tingkatan kepercayaan = 95%)

diketahui rumus t_{tabel}

$$= (a/2 ; n - k - 1)$$

$$= (0,05/2 ; 68 - 1 - 1)$$

$$= (0,025 ; 66)$$

Jika dilihat pada distribusi hasil t_{tabel} maka nilai t tabel adalah 1.996. Berdasarkan pada tabel 4.13 di atas diketahui hasil t_{hitung} sebesar 15.256 artinya hasil $t_{hitung} 15.256 > 1.996$ sehingga bisa ditarik kesimpulan dimana Ha ataupun hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

3.5.3 Koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai adjusted R-Squared. koefisien determinasi menggambarkan seberapa jauh pengkontribusi dari variabel bebas dalam model sebuah regresi bisa memaparkan varian dari variabel terikat. Berikut hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.779	.776	1.875

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK
b. Dependent Variable: MINAT BELI

Pada tabel 14 diketahui dimana hasil Koefisiensi determinasi atau R-Square ialah sebesar 0.779 atau setara dengan 77.9% yang mengandung arti dimana variabel independen yaitu kualitas produk mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat beli sebesar 77.9% sedangkan sisanya sebesar 21.1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.6 Pembahasan

Peminat pakaian second import lebih banyak pada mahasiswa angkatan 2018 seperti hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa mahasiswa angkatan 2018 mengungkapkan bahwa alasan membeli pakaian second import dikarenakan kualitasnya yang tidak jauh berbeda dengan pakaian import yang masih baru serta terdapat pakaian dengan brand terkenal luar negeri yang kulitasnya cukup bagus namun bisa didapat dengan harga terjangkau, kemudian ketika menggunakan pakaian second import tidak ada perbedaan yang mencolok antara menggunakan pakaian second dan yang masih baru. Menurut pengamatan penulis, Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado cenderung lebih memperhatikan penampilan atau style saat di kampus sehingga untuk menunjang penampilan menggunakan second import menjadi salahsatu alternatif bagi beberapa mahasiswa.

Kemudian Pada bagian karakteristik responden, berdasarkan jenis kelamin diperoleh jumlah responden perempuan sebanyak 47 orang dan sebanyak 21 orang berjenis kelamin laki-laki. Dalam hal ini konsumen perempuan lebih mendominasi dikarenakan produk yang banyak dijual pada toko khusus pakaian second import adalah fashion perempuan dengan bermacam-macam model dan motif kemudian dengan adanya pakaian second yang memiliki brand ternama yang memiliki kualitas cukup bagus menjadikan pakaian second import diminati laki-laki maupun perempuan.

Selanjutnya pengujian hipotesis, Berdasarkan Hipotesis yang telah ditetapkan bahwa :

H₀ : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

H_a : Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat nilai signifikansi (sig) dan membandingkan nilai t hitung dan t tabel.

1. Jika nilai signifikansi (sig) < 0.5 atau maka ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau H_a hipotesis diterima.
2. jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau H_a hipotesis diterima.

Berdasarkan hasil pengujian koefisiensi regresi (uji t) yang dilakukan diketahui nilai (Sig) pada variabel kualitas produk (X) adalah sebesar 0.000 karena nilai sig 0.000 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_a atau hipotesis diterima dan H₀ ditolak. Hal itu juga terlihat pada distribusi nilai t tabel Berdasarkan tabel Coefficients diketahui nilai t hitung sebesar 15.256 > 1.996 maka dapat disimpulkan bahwa H_a atau hipotesis diterima dan H₀ ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk (X) terhadap minat beli (Y). Maka artinya hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian H_a Diterima atau dengan kata lain kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gitania A. Rorong, Lucky F. Tamengkel dan Danny D.S Mukuan yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan” penelitian tersebut juga meneliti terkait variabel kualitas produk, Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk kualitas produk ikut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.(Rorong 2021)

Hal itu didukung dengan pendapat yang dikemukakan oleh Astuti dan Abdulah bahwa kualitas produk erat hubungannya dengan keputusan pembelian karena jika produk yang telah dipilih oleh konsumen tidak memenuhi standar atau kualitas yang baik maka kemungkinan besar konsumen akan memilih alternatif lain atau lebih memilih produk lain karena mutu atau kualitas yang diberikan tidak memenuhi standar yang diinginkan konsumen.(Rini Astuti 2017)

Selanjutnya pada hasil Uji koefisien determinasi terlihat bahwa nilai R Square adalah sebesar 0.779 atau sama dengan 77.9% yang mengandung arti bahwa kualitas produk seperti kinerja produk, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, dimensi kemudahan perbaikan, estetika serta kualitas yang dirasakan memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel Y minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado sebesar 77.9%. sedangkan sisanya sebesar 21.1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa apabila kualitas produk semakin meningkat maka minat beli mahasiswa terhadap pakaian second import akan semakin tinggi begitu pula jika kualitas produk pakaian second import menurun maka minat beli akan mengalami penurunan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha dan Irawan bahwa terdapat sejumlah faktor yang memberikan pengaruh terhadap minat pembelian terkait perasaan emosional, jika seorang merasakan kesenangan serta kepuasan untuk pembelian produk, maka hal itu akan menguatkan konsumennya untuk melakukan pembelian tersebut. Begitu juga bila produk tersebut ada kegagalan otomatis hilanglah minatnya tadi. (Dedi Irawan 2019)

Kualitas produk memiliki peranan penting dalam mendorong minat beli seorang calon konsumen, produk yang menggunakan bahan yang berkualitas cenderung membuat penggunaannya akan merasa nyaman saat menggunakannya, produk pakaian second yang dijual dipasaran kebanyakan memiliki kualitas produk yang cukup bagus karena sebagian produk pakaian second import berasal dari brand ternama luar negeri yang kualitasnya tidak diragukan hal itulah yang menjadikan pakaian second import diminati mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado dalam menunjang penampilan mereka.

Sebelum membeli, konsumen terlebih dahulu akan mempunyai keinginan, sehingga akan muncul ketertarikan pada diri konsumen tersebut agar merealisasikan untuk bisa membeli pakaian second import. Setiap konsumen memiliki berbagai macam faktor yang mempengaruhinya dalam berperilaku, dimana seseorang akan melakukan penilaian terlebih dahulu atas sesuatu yang menguntungkan dan tidak menguntungkan seperti dalam hal mempertimbangkan kualitas produk tersebut sehingga akan muncul minat dalam membeli pakaian second import.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian koefisiensi regresi (uji t) diperoleh hasil bahwa kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian second import pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, Sedangkan hasil uji koefisiensi determinasi diketahui nilai R Square ialah sebesar 0.779 nilai tersebut menggambarkan bahwa kontribusi variabel kualitas produk terhadap variabel minat beli adalah sebesar 77.9%. sedangkan sisanya sebesar 21.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini ada beberapa kekurangan yang di dapat, setiap responden masih memiliki masalah mengenai kualitas pada produk yang di beli sehingga ada beberapa pakaian yang tidak digunakan dan berpengaruh pada minat beli pakaian second import sehingga bisa terjadinya penurunan serta kurangnya minat beli pada pakaian second import. Dari kualitas kebersihan pakaian, bahan sampai dengan keamanan produk second import.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada bapak walikota manado, civitas akademik dan seluruh mahasiswa yang telah mau untuk mengambil bagian dalam penelitian saya, serta bantuan dalam setiap memberikan informasi mengenai penelitian yang telah saya susun.

REFERENCES

- Agustina, Nur Aulia, Seno Sumowo, dan Bayu Wijayanti. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember) 2528-0570." *Jurnal Penelitian Ipteks Vol.3 No.2(2):186–96.*
- Cahaya, Agus Dwi, Annisa Widilia Rahmawati, dan Arista Fajar Ningsih. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543." *Jurnal Pemasaran Kompetitif 5(1):13.* doi: 10.32493/jpkpk.v5i1.11055.
- Dedi Irawan. 2019. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)." *UIN Raden Intan Lampung 2(11):284.*
- Dr. H zuchri Abdussamad. 2021. "Metode Penelitian kuantitatif dan kuantitatif." Hal. 1–14 in.
- Kurniawan, Bayu. 2022. "PENGARUH PRODUK , HARGA , DAN PEMBERIAN DISKON TERHADAP MINAT BELI (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Bekas Thriftdulduldu)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 10(1).*
- Maramis, F. S., J. L. Sepang, A. S. Soegoto, dan Pengaruh Kualitas..... 2018. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. AIR MANADO." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 6(3):1658–67.* doi: 10.35794/EMBA.6.3.2018.20411.
- Mardiyati, M., dan H. Wahyudi. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Pakaian Bekas Impor Di Kotamadya Pontianak." *Jurnal Ekonomi Integra 12:258–66.*
- Marlius, Doni, dan Mutiara Mutiara. 2022. "PENGARUH MEREK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan)." *Jurnal Economina 1(4):768–83.* doi: 10.55681/economina.v1i4.169.
- Maulidah, Fa'ziyah, dan Irma Russanti. 2021. "Faktor–faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas." *E-Journal 10(3):62–68.*
- Mita, Yuniati dan Mein Kharnolis. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk." *Jurnal Mirai Management 2(2):46–62.*
- Nadinia Aulia Fatin, Larasati Ayu Sekarsari. 2022. "Pengaruh harga produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian." *jurnal ekonomi manajemen dan akuntansi 24(4).* doi: [https://doi.org/10.30872/jfor.v24i4.11739.](https://doi.org/10.30872/jfor.v24i4.11739)
- Putu Krisdiana Nara Kusuma, dan Iis Kurnia Nurhayati. 2022. "ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA RITUAL OTONAN DI BALI." *Jurnal Manajemen Komunikasi 1(2):195–217.* doi: 10.1007/978-3-031-07753-1_7.
- Rahajo, Sahid. 2019. "SPSS Indonesia (olah data statistik dengan SPSS)."
- Rini Astuti, Ikhsan Abdullah. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro

Kecil Menengah.” Jurnal Ilman 5 no 2.

Rorong A, G.Tamengkel F, L., dan D. Mukuan M.S. 2021. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan.” 10(15):5531–36.

Rorong, Gitania. dkk. 2021. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan.” *Productivity*, 2(3):228–33.

Rosnaini. 2017. “Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.”

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung.: CV. Alfabeta.

Suhandi, Nazori, Irma Yuliawati, dan Indah Charista. 2018. “Analisis Pengaruh Faktor Kebutuhan Energi Listrik Tahun 2015 Terhadap Daya Yang Tersambung Dan Energi Yang Terjual Menggunakan Regresi Linear Sederhana (Studi Kasus Pada PT. PLN (Persero) Unit Area Pelayanan Dan Jaringan (APJ) Palembang).” *Jurnal Ilmiah Informatika Global* 9(1):14–19. doi: 10.36982/jig.v9i1.439.

Wijaya, Robi, dan Andung Jati Nugroho. 2022. “Mengetahui Pengaruh Kualitas dan Merek Produk terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor.” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1(11):2953–62.