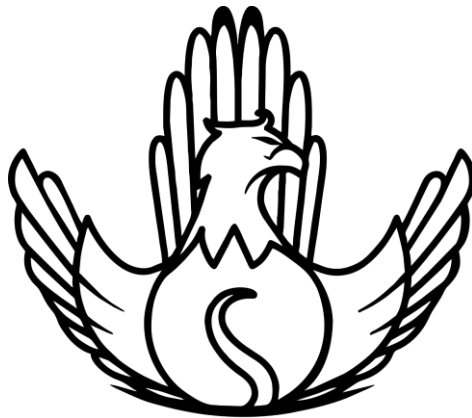


**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, DAN
KETERSEDIAAN STOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS
SABLON PARAMESTI**



**STIE
Surakarta**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Ilham Fitrio Nur Rokhim

NIM. 22110069

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, DAN KETERSEDIAAN STOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS SABLON PARAMESTI

Oleh:

Ilham Fitrio Nur Rokhim
NIM. 22110069

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 10 Desember 2025
Dosen Pembimbing



Aditya Lilhyan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, DAN KETERSEDIAAN STOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS SABLON PARAMESTI

Oleh:

Ilham Fitrio Nur Rokhim
NIM. 22110069

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 29 Desember 2025
Dewan Penguji

Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
Ketua

Juni Kristanto, S.M., M.M.
Anggota

: 

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilham Fitrio Nur Rokhim

NIM : 22110069

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, DAN KETERSEDIAAN STOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS SABLON PARAMESTI adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 21 Oktober 2025
mbuat Pernyataan,

Ilham Fitrio Nur Rokhim

MOTTO

“ Semakin kamu rajin dan bersemangat dalam mengerjakan sesuatu, maka pekerjaan kamu akan semakin cepat selesai ”

“ Kesuksesan bukanlah akhir, kegagalan bukanlah kehancuran: keberanian untuk terus melangkah yang paling berarti ”

– *Winston Churchill*

“ Kerjakan yang terbaik sampai kamu tidak perlu memperkenalkan dirimu lagi ”

– *Oprah Winfrey*

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya ”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan ketelitian yang tinggi. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lupa juga berkat adanya dukungan dari berbagai pihak dan orang-orang terdekat. Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan anugerah kesehatan dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini sehingga saya dapat menyelesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Sugito dan Ibu Karmi yang selalu memberikan dukungan penuh serta mendoakan yang terbaik untuk kelancaran proses pengerjaan skripsi ini sehingga nantinya dapat lulus dengan tepat waktu. Terimakasih juga atas pengorbanan yang tak pernah terhitung hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan pendidikan ini.
3. Dosen pembimbing saya, Bapak Aditya Liliyan yang telah membimbing, memberi masukan dan saran, serta memberikan arahan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman dekat saya yang selalu memberikan support, motivasi, serta saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi.
5. Diri saya, Ilham Fitrio Nur Rokhim yang telah bersemangat dan tidak mudah menyerah selama menyelesaikan skripsi ini demi memperjuangkan mimpi dan menjadi langkah awal untuk menggapai cita-cita di masa depan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Ketersediaan Stok Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Sablon Paramesti”* dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan S.M.B., M.M., selaku Ketua STIE Surakarta sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh karyawan STIE Surakarta yang telah membantu dan berkontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua serta keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi.

Surakarta, 21 Oktober 2025

Ilham Fitrio

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
A. Kajian Teori	12
a) Kualitas Produk.....	12
b) Harga Produk	13
c) Ketersediaan Stok.....	14
d) Keputusan Pembelian.....	16
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Kerangka Pikir	20

D. Hipotesis.....	20
BAB III.....	23
METODOLOGI PENELITIAN.....	23
A. Objek Penelitian.....	23
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel	24
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
E. Jenis dan Sumber Data	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	28
G. Variabel Penelitian	28
H. Definisi Operasional Variabel.....	30
I. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV	36
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	36
B. Identitas Responden	38
C. Analisis Data	42
D. Pembahasan.....	53
BAB V.....	58
PENUTUP	58
1. Kesimpulan	58
2. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	3
Tabel 2.....	6
Tabel 3.....	18
Tabel 4.....	30
Tabel 5.....	38
Tabel 6.....	39
Tabel 7.....	40
Tabel 8.....	41
Tabel 9.....	42
Tabel 10.....	44
Tabel 11.....	45
Tabel 12.....	46
Tabel 13.....	47
Tabel 14.....	48
Tabel 15.....	51
Tabel 16.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	20
----------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	62
Lampiran 2	66
Lampiran 3	79
Lampiran 4	86

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga produk, dan ketersediaan stok terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling, melibatkan 96 responden yang pernah membeli produk Paramesti dalam tiga bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan dukungan uji instrumen dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, harga produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, ketersediaan stok juga berpengaruh positif dan signifikan, menandakan bahwa kemudahan memperoleh produk menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian. Model penelitian ini memiliki nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,522, yang berarti ketiga variabel independen mampu menjelaskan 52,2% variasi keputusan pembelian. Temuan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran Paramesti, khususnya dalam pengelolaan harga dan ketersediaan stok produk.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Ketersediaan Stok, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, product price, and stock availability on purchase decisions for Paramesti screen-printed T-shirts. The research adopted a quantitative approach with purposive sampling, involving 96 respondents who had purchased Paramesti products within the last three months. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through multiple linear regression supported by instrument testing and classical assumption tests.

The results indicate that product quality has no significant effect on purchase decisions. In contrast, product price has a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions. Stock availability is also found to have a positive and significant influence, emphasizing that product accessibility plays a crucial role in encouraging consumers to complete their purchases. The model yields a coefficient of determination (R^2) of 0,522, indicating that the three independent variables explain 52,2% of the variation in purchase decisions. These findings are expected to support the formulation of marketing strategies for Paramesti, particularly in managing pricing and ensuring product availability.

Keywords: *Product Quality, Price, Stock Availability, Purchase Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri *fashion* di Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama pakaian kasual seperti kaos sablon. Menurut Badan Ekonomi Kreatif ((Bekraf), 2019), subsektor *fashion* menyumbang sekitar 18% dari total kontribusi ekonomi kreatif nasional. Salah satu hal yang melatarbelakangi pertumbuhan tren *fashion* adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menaruh perhatian pada penampilan. Kaos bukan lagi hanya sekadar pakaian fungsional, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang merepresentasikan identitas, karakter, simbol ekspresi diri, bahkan keterikatan pada suatu komunitas. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha kaos sablon dengan merek lokal untuk bersaing dengan merek-merek terkenal di pasar nasional maupun internasional.

Tren *fashion* saat ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen dari produk massal ke produk yang memiliki nilai personalisasi tinggi. Kaos sablon yang mengusung tema lokal, budaya, atau bahkan desain custom semakin diminati. Berdasarkan hasil survei dari McKinsey & Company (2023), sebanyak 68% konsumen Gen Z dan milenial lebih menyukai brand lokal yang memiliki ciri khas dan nilai keunikan dalam desainnya. Di sisi lain, keberadaan e-commerce dan media sosial seperti

Instagram, TikTok, dan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia turut mempercepat eksposur produk kaos sablon lokal kepada audiens yang lebih luas. Shopee Indonesia (2023) juga mencatat bahwa pencarian kata kunci “kaos sablon lokal” meningkat sebesar 24% dibandingkan tahun sebelumnya, yang menunjukkan tren pertumbuhan minat terhadap produk kreatif lokal.

Paramesti merupakan salah satu brand lokal dari Kabupaten Magetan, Jawa Timur yang bergerak dibidang produksi dan penjualan kaos sablon dengan ciri khas yang berfokus pada desain-desain kebudayaan Jawa seperti Kaos Wayang dan Kaos Pitutur Jawa. Sejak berdirinya, Paramesti telah berkomitmen untuk menyajikan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, serta memadukan unsur budaya Jawa dengan desain unik yang memiliki makna dan filosofi tersendiri. Meskipun memiliki potensi pasar yang luas, Paramesti masih menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan tingkat penjualannya. Hal ini ditandai dengan volume penjualan bulanan yang belum stabil. Adanya keluhan pelanggan terkait ketersediaan stok pada beberapa produk kaos tertentu yang cepat habis, serta persaingan ketat dengan brand sejenis yang ada di daerah lain. Berikut ini adalah data penjualan produk Paramesti berdasarkan penjualan di Official Shop Shopee selama bulan Januari sampai bulan Mei 2025.

Tabel 1**Penjualan Paramesti Januari - Mei 2025 (Official Shop Shopee)**

Periode Penjualan (2025)	Jumlah Pesanan Selesai
Januari	366
Februari	513
Maret	2.058
April	728
Mei	911

Sumber : Data penjualan Paramesti Official Shop Shopee

Menghadapi situasi tersebut, diperlukan analisis mendalam terhadap berbagai faktor yang dapat berpotensi memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor utama yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian kaos sablon Paramesti, yakni kualitas produk, harga, dan ketersediaan stok. Ketiga faktor ini merupakan komponen penting dalam bauran pemasaran (marketing mix) dan sangat relevan dengan kondisi pasar fashion saat ini yang menuntut kualitas unggul, efisiensi biaya, serta pelayanan cepat.

Salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller (2016:142), “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan”. Saat ini konsumen tidak hanya menilai dari

segi desain, tetapi dari bahan kaos, kenyamanan ketika dipakai, daya tahan sablon, serta jahitan pada kaos. Produk dengan kualitas tinggi cenderung mendorong peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kenaikan penjualan.

Paramesti dalam usaha kaos sablonnya memiliki standar sendiri dalam memproduksi kaos sablon yang berkualitas tinggi. Standar tersebut meliputi pemilihan jenis bahan kaos, pemilihan jenis sablon yang cocok, penggunaan screen dan tinta sablon yang tepat, serta penggunaan teknologi modern dalam proses menyablon kaos. Usaha kaos sablon Paramesti memakai bahan kaos premium yaitu cotton combed 24s yang memiliki ciri bahan tidak terlalu tebal dan nyaman ketika dipakai sehari-hari, serta jenis jahitan pada kaos menggunakan jahitan rantai. Sablon yang digunakan Paramesti adalah jenis sablon plastisol premium yang memiliki ciri sablon yang lebih kuat, awet, dan anti luntur dibandingkan jenis sablon yang lain. Dalam proses produksi kaos sablon, Paramesti menggunakan screen dan tinta sablon berkualitas tinggi, sehingga menghasilkan cetakan yang tajam, detail, dan memiliki warna yang pekat.

Selain faktor kualitas produk, harga produk juga dapat menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Disaat kondisi ekonomi yang tidak stabil dan persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan harus mampu menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Jika harga produk terlalu tinggi, daya beli konsumen bisa menurun, sebaliknya jika menetapkan harga produk terlalu

rendah dapat menurunkan nilai produk sekaligus mengurangi keuntungan perusahaan.

Paramesti dalam menjalankan usaha kaos sablon sudah menentukan harga jual produk yang bersaing dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti, harga bahan baku, biaya operasional, biaya produksi, dan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan Paramesti juga bervariasi, menyesuaikan jenis desain kaos dan ukuran kaos yang diproduksi. Kaos sablon Paramesti tersedia dalam beragam pilihan ukuran, mulai dari ukuran yang kecil yaitu S, M, L, XL, XXL, sampai ukuran jumbo. Paramesti tidak hanya menjual kaos sablon untuk ukuran dewasa saja, tetapi juga menyediakan kaos untuk ukuran anak-anak.

Kaos anak-anak di Paramesti dibanderol mulai dari Rp 99.000,00, dengan harga yang disesuaikan berdasarkan ukuran dan desain sablonnya. Untuk kaos dewasa, harga dimulai dari Rp 125.000,00 untuk ukuran S hingga XL, sedangkan ukuran XXL ke atas dijual mulai Rp 135.000,00. Selain itu, harga juga bervariasi menurut jenis desain. Kaos sablon dengan desain reguler dijual mulai Rp 125.000,00, sementara desain premium ditawarkan mulai Rp 135.000,00, bergantung pada tingkat kerumitan desain tersebut. Semakin rumit desain pada kaos sablon yang diproduksi, harga jual kaos tersebut juga akan semakin mahal. Berikut ini adalah daftar pricelist produk Paramesti terbaru.

Tabel 2
Pricelist Produk Paramesti

Produk Paramesti	Harga Jual
Kaos Desain Exclusive	- Ukuran S-XL : Rp 125.000,00 - Ukuran XXL : Rp 135.000,00 - Ukuran XXXL : Rp 145.000,00 - Lengan Panjang: Rp 135.000,00
Kaos Wayang	- Ukuran S-XL : Rp 125.000,00 - Ukuran XXL : Rp 135.000,00 - Ukuran XXXL : Rp 145.000,00 - Lengan Panjang: Rp 135.000,00
Kaos Jawa	- Ukuran S-XL : Rp 125.000,00 - Ukuran XXL : Rp 135.000,00 - Ukuran XXXL : Rp 145.000,00 - Lengan Panjang: Rp 135.000,00
Kaos Indonesia Culture	- Ukuran S-XL : Rp 125.000,00 - Ukuran XXL : Rp 135.000,00 - Ukuran XXXL : Rp 145.000,00 - Lengan Panjang: Rp 135.000,00
Kaos Anak	- Ukuran S-XXL : Rp 99.000,00

Sumber : Data Pricelist Paramesti Terbaru

Dalam menetapkan harga jual produk, Paramesti juga menerapkan strategi dalam penjualannya. Seringkali setiap tahun Paramesti juga melakukan perubahan pada harga jual produk kaos sablon. Salah satu faktor yang menyebabkan perubahan harga jual terhadap produk Paramesti adalah harga bahan baku dan tingkat permintaan konsumen. Semakin mahal harga bahan baku yang digunakan, maka harga jual kaos sablon juga akan semakin mahal. Begitu juga permintaan konsumen yang tinggi akan mempengaruhi harga jual kaos sablon tersebut. Selain itu, Paramesti juga memperhatikan

kebutuhan konsumen dalam menetapkan harga jual tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan.

Ketersediaan stok juga merupakan faktor penting dalam bisnis *fashion* yang sangat bergantung pada tren dan kecepatan distribusi. Jika konsumen tidak mendapatkan produk yang mereka cari pada waktu yang tepat, besar kemungkinan mereka akan memilih beralih ke pesaing. Oleh karena itu, sistem manajemen stok yang efisien dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Sistem manajemen stok barang pada usaha kaos sablon Paramesti menerapkan pendekatan yang berbeda dari bisnis ritel konvensional. Usaha ini menerapkan sistem produksi *make to order*, yaitu proses pembuatan produk dilakukan setelah menerima pesanan dari konsumen, bukan berdasarkan perkiraan penjualan. Strategi ini memungkinkan Paramesti untuk menghindari risiko overproduksi dan penumpukan barang jadi yang tidak laku, sekaligus menghemat biaya penyimpanan (Heizer & Render, 2016). Dengan sistem ini, konsumen dapat melakukan pemesanan berdasarkan desain, ukuran, dan warna tertentu, yang kemudian diproduksi secara langsung oleh tim produksi.

Manajemen stok dalam sistem *make to order* lebih berfokus pada pengelolaan bahan baku dibandingkan produk jadi. Bahan baku yang biasanya disediakan oleh Paramesti meliputi kaos polos berbagai ukuran dan warna, tinta sablon, serta peralatan pendukung seperti screen dan rakel. Stok

bahan baku ini dijaga dalam jumlah minimum yang dianggap cukup untuk memenuhi estimasi permintaan jangka pendek. Pemantauan terhadap bahan baku dilakukan secara rutin, dan apabila jumlahnya menipis, maka dilakukan pemesanan ulang kepada pemasok yang telah menjadi mitra tetap. Menurut Waller *et al.* (2015), pengelolaan persediaan bahan baku yang tepat akan mendukung kelancaran produksi, terutama dalam sistem berbasis permintaan.

Keunggulan utama dari sistem ini adalah efisiensi biaya operasional dan fleksibilitas produksi. Usaha Paramesti tidak perlu menyediakan gudang besar untuk penyimpanan barang jadi serta mampu merespon permintaan pasar yang beragam dengan cepat dan tepat. Selain itu, produk dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen, memberikan nilai tambah dalam bentuk layanan kustomisasi. Namun, sistem ini juga menghadirkan tantangan, seperti waktu produksi yang lebih panjang dibandingkan sistem *ready stock* serta ketergantungan terhadap keakuratan manajemen bahan baku. Oleh karena itu, pencatatan stok secara digital atau semi-manual sangat diperlukan untuk menghindari keterlambatan produksi dan kekurangan bahan baku secara tiba-tiba (Pujawan & Mahendrawathi, 2017).

Dengan demikian, sistem manajemen stok berbasis pesanan yang diterapkan oleh usaha kaos sablon Paramesti merupakan bentuk adaptasi terhadap keterbatasan sumber daya dan dinamika permintaan pasar. Sistem ini mampu meningkatkan efisiensi, mengurangi risiko kerugian akibat barang tidak terjual, serta memberikan nilai tambah melalui layanan kustom yang lebih personal kepada konsumen.

Sejumlah penelitian sebelumnya juga menegaskan pentingnya variabel-variabel tersebut. Studi yang dilakukan oleh Julia Wana Dewi dan Endang Sutrisna (2024) menemukan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada distro kaos di Dumai. Namun, hasil serupa tidak selalu muncul di setiap penelitian. Misalnya, penelitian Halim & Hamzah (2020) terhadap merek kaos sablon Kosakata Apparel menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa hasil empiris dapat bervariasi tergantung pada konteks merek, segmentasi pasar, maupun persepsi konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh kualitas produk, harga, dan ketersediaan stok terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi nyata bagi penerapan strategi pemasaran Paramesti serta menjadi bahan acuan untuk penelitian berikutnya dalam bidang manajemen pemasaran.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti?
2. Apakah harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti?
3. Apakah ketersediaan stok berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh ketersediaan stok terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a) Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran produk, khususnya mengenai hubungan antara kualitas produk, harga produk, dan ketersediaan stok terhadap keputusan pembelian konsumen.

b) Bagi Perusahaan

Sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang strategis untuk meningkatkan penjualan melalui perbaikan kualitas produk, penentuan harga yang tepat, dan pengelolaan sistem stok.

c) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian dan sumber data untuk mengembangkan kajian mengenai perilaku konsumen, khususnya dalam konteks industri kreatif dan usaha sablon pakaian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

a) Kualitas Produk

Salah satu faktor atau aspek yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Produk yang memiliki spesifikasi kualitas tinggi cenderung memberikan kepuasan kepada pelanggan dan mendorong terbentuknya loyalitas terhadap merek.

Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller (2016:142), "*Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan.*"

Dalam konteks kaos sablon, kualitas mencakup bahan kain, kenyamanan saat digunakan, kekuatan sablon, serta kerapian jahitan.

Tjiptono (2015:102) juga menegaskan bahwa kualitas produk mencakup dua aspek utama: *product performance* (kinerja produk) dan *conformance to specifications* (kesesuaian terhadap standar). Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap kualitas produk, maka potensi produk tersebut untuk terjual juga akan tinggi. Berdasarkan pendapat Kotler & Keller (2016), kualitas produk dapat dinilai melalui indikator-indikator berikut :

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Fitur (*features*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)
- 5) Daya tahan (*durability*)
- 6) Estetika (*aesthetics*)
- 7) Kesan atau Citra Kualitas (*perceived quality*)

b) Harga Produk

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk. Berdasarkan pendapat dari Kotler dan Armstrong (2018:314), “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.”

Salah satu faktor penting yang turut memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Kondisi ini memicu persaingan harga antar berbagai merek yang beredar di pasar. Akibatnya, konsumen yang peka terhadap selisih harga cenderung memilih produk atau merek lain yang menawarkan harga lebih rendah (Nugroho & Istiyanto, 2022).

Menurut Tjiptono (2015:151), persepsi konsumen terhadap harga memiliki peranan yang sangat penting. Jika harga yang dirasa terlalu tinggi,

minat beli konsumen akan menurun bahkan hilang. Sebaliknya jika harga yang ditawarkan terlalu rendah dapat menimbulkan anggapan bahwa kualitas produk kurang baik. Beberapa aspek yang dapat mempengaruhi penentuan harga antara lain biaya produksi, harga kompetitor, dan persepsi konsumen terhadap nilai. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa penilaian harga produk dapat diukur melalui beberapa indikator berikut :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 4) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

c) Ketersediaan Stok

Ketersediaan stok menjadi bagian penting dari strategi distribusi dan layanan pelanggan. Menurut Heizer, J., & Render, B. (2016), *"Inventory is a stock of items kept to meet future demand. The purpose of inventory management is to strike a balance between inventory investment and customer service."* Berdasarkan definisi tersebut, ketersediaan stok (*inventory availability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memastikan produk tersedia dalam jumlah yang memadai ketika dibutuhkan konsumen. Aspek ini menjadi bagian dari sistem manajemen operasi yang bertujuan mencegah terjadinya kekurangan stok (*stockout*) yang berpotensi menghambat pelayanan kepada pelanggan dan mengakibatkan hilangnya peluang penjualan.

Tjiptono (2019:208) menjelaskan bahwa salah satu indikator kepuasan konsumen adalah kemudahan mendapatkan produk, yang erat kaitannya dengan manajemen persediaan. Dalam industri kaos sablon, konsumen memiliki preferensi tinggi terhadap desain dan ukuran tertentu. Jika produk tidak tersedia saat dibutuhkan, keputusan pembelian bisa gagal atau ditunda.

“Ketersediaan inventori memainkan peran utama dalam menentukan kepuasan pelanggan, terutama dalam pengaturan ritel, karena ketidaktersediaan produk secara langsung berdampak pada loyalitas dan keputusan pembelian konsumen” (Chopra & Meindl, 2016). Dalam konteks kaos sablon, konsumen seringkali memiliki preferensi terhadap ukuran, warna, atau desain tertentu. Ketika permintaan tidak terpenuhi karena stok kosong, maka akan berdampak langsung pada hilangnya penjualan dan konsumen cenderung akan pindah ke toko atau penjual yang lain. Indikator yang dapat diukur dari ketersediaan produk adalah:

- 1) Tingkat frekuensi *stockout* (kehabisan stok)
- 2) Jumlah produk yang tersedia dibandingkan dengan permintaan pelanggan
- 3) Kecepatan pengisian ulang stok (*reorder speed*)
- 4) Tingkat kepuasan pelanggan terhadap ketersediaan produk

d) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses di mana konsumen memilih, membeli, menggunakan, dan menilai suatu produk. Schiffman & Kanuk (2010) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap ketika konsumen telah menimbang berbagai alternatif dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk tertentu. Perilaku pembelian ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap, kemudian faktor pribadi seperti usia, pekerjaan, dan gaya hidup, serta faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, peran, dan status.

Kotler dan Keller (2016:179) menyatakan bahwa proses tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan evaluasi pasca pembelian.

Selain itu, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor pemasaran seperti kualitas produk, harga, dan ketersediaan stok, khususnya dalam lingkungan pasar yang kompetitif. Menurut Kotler Philip (2021) dalam Aswan, dkk (2024) menjelaskan bahwa indikator keputusan pembelian terdiri dari :

- 1) Keputusan pembelian dapat dilakukan oleh konsumen ketika mereka merasa yakin terhadap kualitas suatu produk, yang sering kali didukung dengan pencarian informasi terlebih dahulu.

- 2) Kebiasaan membeli dan rekomendasi dari pemasok menjadi sumber informasi penting yang dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
- 3) Rekomendasi dari orang lain juga berperan dalam memberikan informasi yang mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.
- 4) Pembelian ulang memiliki peran penting dalam kelangsungan bisnis, karena adanya alasan tertentu yang mendorong konsumen kembali membeli produk yang sama.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti memanfaatkan hasil penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan dan acuan untuk melihat kesamaan maupun perbedaan terkait variabel-variabel yang diteliti. Hal ini guna mengetahui apakah variabel pada penelitian sebelumnya memiliki pengaruh signifikan atau tidak, baik secara teoritis maupun melalui pengujian lainnya. Uraian lebih lengkap mengenai penelitian terdahulu disajikan dalam tabel berikut ini.

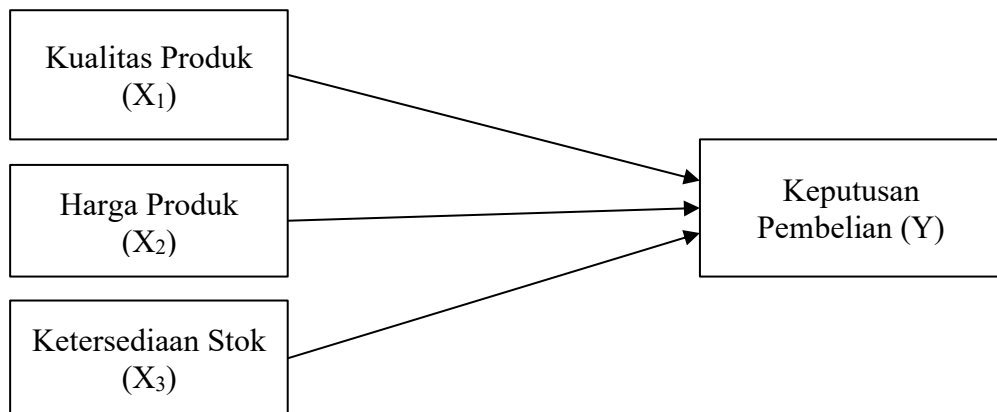
Tabel 3
Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung (Dunan <i>et al.</i> , 2020)	Kualitas Produk, Harga, Promosi, Distribusi	Hasil penelitian Product berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Place berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Promotion berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Place berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Product, Price, Promotion, Place secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap penjualan Pada “Waleu” Kaos Lampung Di Bandar Lampung.
2.	Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Kaos Miko Dumai (Dewi & Sutrisna, 2024)	Kualitas Produk, Harga	Kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang baik serta cukup signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain harga (X2), menurut hasil uji studi, Kualitas produk (X1) dan harga (X2) mempunyai korelasi kuat dan positif bersamaan.
3.	Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Kaos Stelabs (Tanuwijaya, 2021)	Persepsi Harga, Kualitas Produk	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).
4.	Pengaruh Kualitas	Kualitas	Hasil dari penelitian ini

No.	Judul dan Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
	Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo (Rahmola et al., 2022)	Produk	menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5.	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Ellyn (Dwi & Pardi, 2023)	Kualitas Produk, Harga, Promosi	Hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Ellyn baik secara parsial maupun simultan.
6.	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Butik Bu Wiwik (Asykurillah, 2023)	Harga, Promosi, Kualitas Produk	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan keputusan pembelian tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
7.	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian & Promosi sebagai Variabel Intervening pada Kosakata Apparel (Halim & Hamzah, 2020)	Harga, Kualitas Produk	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

C. Kerangka Pikir

Berikut ini kerangka pemikiran pada penelitian ini yang digambarkan dalam bentuk bagan dibawah ini :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk meliputi berbagai aspek, seperti jenis dan mutu bahan kain, ketahanan sablon, kenyamanan saat digunakan, serta keindahan desain. Konsumen umumnya lebih memilih produk yang memiliki standar kualitas yang baik karena faktor tersebut berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi ekspektasi konsumen terhadap kualitas kaos Paramesti, semakin besar juga peluang konsumen untuk melakukan pembelian produk. Tjiptono (2019) menyatakan kualitas produk merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan nilai bagi pelanggan sekaligus memengaruhi keputusan pembelian. Sejalan dengan itu, penelitian Randa

Syahbudin dkk. (2023) berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Umah Duren Cabang Ahmad Yani” menyimpulkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H1: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.

2. Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Harga menjadi salah satu pertimbangan utama bagi banyak konsumen, khususnya di segmen pasar menengah ke bawah. Apabila harga kaos Paramesti dinilai sebanding dengan kualitas yang diberikan (*value for money*), konsumen cenderung lebih terdorong untuk membeli. Namun, jika harga yang ditawarkan dianggap terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan nilai yang dirasakan, maka keputusan pembelian kemungkinan besar akan bersifat negatif. Kotler & Keller (2016) menegaskan bahwa harga merupakan faktor penentu dalam keputusan pembelian karena memiliki kaitan langsung dengan persepsi nilai konsumen. Hasil penelitian Ade Fitratul Akbar *et al.* (2024) yang berjudul “Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor HONDA di Dealer PT. Astra Motor” menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Honda di Dealer PT. Astra Motor Kota Bima.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H2: Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.

3. Pengaruh Ketersediaan Stok Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan produk. Jika produk tidak tersedia ketika dibutuhkan, maka konsumen bisa beralih ke kompetitor. Oleh karena itu, ketersediaan stok yang memadai akan mendukung keputusan pembelian secara positif, karena memberi rasa kepastian kepada konsumen. Menurut Tjiptono (2019), ketersediaan produk atau stok merupakan salah satu aspek dari sistem distribusi yang jika dikelola dengan baik dapat meningkatkan peluang terjadinya transaksi pembelian produk. Sejalan dengan teori tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Susanti, Hardi Mulyono, dan Rasyid Samsuri (2023) berjudul “Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul” menunjukkan bahwa ketersediaan produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H3: Ketersediaan stok berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini tentang pengaruh kualitas produk, harga produk, dan ketersediaan stok terhadap keputusan pembelian kaos sablon paramesti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.
2. Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.
3. Ketersediaan stok berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kaos sablon Paramesti.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi pemilik usaha agar dapat mempertahankan kualitas produk dan konsisten, menawarkan harga yang kompetitif, serta memperhatikan tingkat stok produk dengan memperbaiki sistem manajemen stok.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang lainnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Fitratul Akbar, Muhajirin Muhajirin, & Juwani Juwani. (2024). Pengaruh Ketersediaan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor HONDA di Dealer PT. Astra Motor. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(3), 169–189. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i3.1713>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aswan, & dkk. (2024). *Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Dealer Honda Krida Motor*.
- Asykurillah, A. A. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Butik Bu Wiwik*.
- Bekraf, B. E. K. (2019). *Opus: Ekonomi Kreatif Outlook 2019*. Bekraf.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation: Vol. 6th ed*. Pearson.
- Company, M. &. (2023). *Consumer Trends Report*.
- Dewi, J. W., & Sutrisna, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Kaos Miko Dumai. *ECo-Buss*, 6(3), 1137–1151. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1071>
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>
- Dwi, Y., & Pardi, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Toko Ellyn. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.37058/jem.v8i1.3463>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, R., & Hamzah, M. I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi Sebagai Variabel Intervening Pada Kosakata Apparel. *(JEBI) Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(1), 18. www.jurnal.stiebi.ac.id
- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Pearson Education.

- Indonesia, S. (2023). *Data Tren Pencarian Produk Lokal*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, B. A., & Istiyanto, B. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gitar Di Omah Gitar Solo. *Mabha Jurnal*, 3(2), 103–112. <https://doi.org/10.70018/mb.v3i2.44>
- Pujawan, I. N., & Mahendrawathi, E. (2017). *Supply Chain Management* (3rd ed.). Andi.
- Rahmola, M., Juanna, A., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. *JAMBURA*, 5, 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, Hardi, M., & Abd. Rasyid, S. (2023). Pengaruh Ketersediaan Dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40.
- Syahbudin, R., & dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Omah Duren Cabang Ahmad Yani. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Tanuwijaya, T. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Kaos Stelabs. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/24946>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Waller, M. A., & Esper, T. L. (2015). *The Definitive Guide to Inventory Management*. Pearson.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Ketersediaan Stok Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Sablon Paramesti Magetan

Perkenalkan saya Ilham Fitrio Nur Rokhim dengan NIM 22110069 mahasiswa semester akhir Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta program studi Manajemen yang sedang melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Ketersediaan Stok Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Sablon Paramesti Magetan.**

Kuesioner ini digunakan untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Ketersediaan Stok Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Sablon Paramesti Magetan. Untuk itu, kami sebagai peneliti sangat mengharapkan jawaban dari responden yang kemudian akan kami gunakan untuk keperluan penelitian lebih lanjut.

IDENTITAS DIRI

- Isilah identitas dibawah ini sesuai dengan profil Anda !!!
- Identitas Anda tidak akan kami sebarluaskan kepada siapapun dan hanya digunakan untuk pengelompokan kriteria responden.

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

Usia (Tahun) :

- ☐ 17-25 Tahun
- ☐ 26-35 Tahun
- ☐ 35-50 Tahun
- ☐ 50 Tahun keatas

Domisili (Kota, Provinsi) :

Pekerjaan :

- ☐ Buruh Pabrik
- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Pegawai Negeri Sipil
- ☐ Wiraswasta/Wirausaha

- Pekerja Lepas
- Petani
- Belum Bekerja
- Yang lain :

Sudah pernah melakukan pembelian produk Paramesti berapa kali dalam kurun tiga bulan terakhir?

- 1 kali
- 2 kali
- Lebih dari 2 kali

PETUNJUK PENGISIAN

1. Perhatikan setiap item pernyataan yang diberikan
2. Pastikan Anda menjawab dengan teliti dan jujur
3. Isilah setiap item pernyataan berikut ini pada salah satu kolom nomor 1 sampai 5
4. Kuesioner ini menggunakan jenis skala Likert. Skala ini memiliki 5 pilihan jawaban dengan rincian sebagai berikut :
 - 1 = Sangat Tidak Setuju
 - 2 = Tidak Setuju
 - 3 = Netral
 - 4 = Setuju
 - 5 = Sangat Setuju

Kualitas Produk

No.	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Saya merasa puas dengan kualitas bahan kaos yang digunakan Paramesti.					
2	Saya merasa jenis sablon yang digunakan Paramesti adalah jenis sablon yang bagus dan awet.					
3	Saya merasa bahwa produk kaos sablon Paramesti nyaman saat dipakai dan bisa tahan dalam jangka waktu yang lama.					
4	Ketika membeli produk Paramesti, saya selalu mendapatkan desain yang sesuai dengan apa yang saya harapkan.					

Harga Produk

No.	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Harga produk kaos sablon di Paramesti masih terjangkau dibandingkan dengan pesaing yang lain.					
2	Saya merasa bahwa harga yang ditawarkan Paramesti sebanding dengan kualitas produk yang diberikan.					
3	Saya merasa manfaat yang saya terima sesuai dengan harga produk kaos sablon Paramesti.					

Ketersediaan Stok

No.	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Saya merasa stok produk kaos sablon Paramesti selalu tersedia ketika membeli.					
2	Ketika melakukan pembelian produk kaos sablon Paramesti, saya merasakan kemudahan dalam memilih desain kaos, ukuran dan warna kaos.					
3	Saya selalu mendapatkan produk yang saya inginkan secara lengkap ketika membeli produk kaos sablon di Paramesti.					
4	Paramesti menyediakan beberapa saluran distribusi yang memudahkan saya dalam membeli produk kaos sablon.					

Keputusan Pembelian

No.	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
1	Saya membeli produk kaos sablon Paramesti karena dorongan kebutuhan saya.					
2	Saya mendapat rekomendasi dari orang lain tentang produk kaos sablon Paramesti.					
3	Setelah saya melakukan pembelian produk kaos sablon di Paramesti, saya merasa puas dengan apa yang saya dapatkan.					
4	Setelah mempertimbangkan kepuasan terhadap produk Paramesti, saya berniat untuk melakukan pembelian ulang kaos sablon Paramesti dikemudian hari.					