

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE (Studi Kasus Pada Brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo)**

**Fajar Tri Wibowo<sup>1</sup>, Sri Wijiastuti<sup>2</sup>**

Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

[Fajartriwibowo29@gmail.com](mailto:Fajartriwibowo29@gmail.com)<sup>1</sup>, [64sriwijiastuti@gmail.com](mailto:64sriwijiastuti@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian di Shopee (studi kasus pada brand Manly Cloth di Kota Sukoharjo). Penggunaan metode untuk menentukan sampel ialah berupa teknik *non probability sampling* dengan metode *purpose sampling* sehingga didapat sejumlah 100 responden. Data responden didapat dengan menyebarkan kuisioner yang telah disusun kepada responden melalui media online. Dari populasi sejumlah 100 orang, dengan menggunakan Teknik *probability sampling*. Diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil analisis dilakukan diketahui bahwa pengaruh kualitas produk, harga dan ulasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada brand Manly Cloth di Sukoharjo.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Ulasan, Keputusan Pembelian**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, price and product reviews on purchasing decisions at Shopee (a case study on the Manly Cloth brand in the city of Sukoharjo). The use of the method to determine the sample is in the form of a non-probability sampling technique with a purpose sampling method so that a number of 100 respondents are obtained. Respondent data was obtained by distributing questionnaires that had been compiled to respondents through online media. From a population of 100 people, using probability sampling technique. The number of samples obtained is 100 people. The analysis used is multiple linear regression using SPSS Version 26. Based on the results of the analysis, it is known that the influence of product quality, price and product reviews has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee on the Manly Cloth brand in Sukoharjo.*

**Keywords: Product Quality, Price, Review, Purchasing Decisions**

---

### **PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis semakin ketat di era perkembangan teknologi yang semakin pesat. Dimana hal ini membuat para pelaku usaha harus lebih cerdas dalam berfikir kritis, kreatif dan inovatif dalam kancah sosial, budaya, politik dan ekonomi. Pelaku bisnis harus selalu mengembangkan strategi bisnis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan agar pengusaha tersebut bisa mempertahankan bisnisnya dan dapat berkompetitif di dunia bisnis.

Kaos polos sudah menjadi kebutuhan primer bagi setiap laki-laki, disadari atau tidak, dalam kesehariannya laki-laki dengan berbagai macam jenis tipe kaos polos. Produk Manly Cloth adalah brand apparel asal Sukoharjo yang fokus dalam menjual

atau memasarkan produk kaos polos berupa kaos lengan pendek (*short sleeve*), kaos lengan panjang (*long sleeve*) dan kaos berkerah. Manly Cloth kini tersedia di beberapa *market place* seperti Tokopedia dan Shopee dan Manly Cloth juga melayani pembelian via offline di *warehouse* mereka di Grogol, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah.

Dalam persaingan bisnis, kualitas produk sangat berpengaruh kepada minat konsumen. Manly Cloth selalu menjaga kualitas produk Manly Cloth dengan kemasan yang melindungi produk Manly Cloth dari tahap distribusi hingga sampai ke tangan pembeli. Untuk packaging, Manly Cloth menggunakan plastik dan bubble wrap untuk pembelian ecer atau satuan, sementara untuk pembelian grosir Manly Cloth menggunakan packaging totebag atau tas berbahan kanvas. Sementara untuk produk kaos polos, Manly Cloth menggunakan bahan 100% cotton combed yang memiliki beberapa varian ketebalan bahan kaos polos yaitu 30s, 24s dan 20s. Pada setiap kaos polos yang menjadi produk utama Manly Cloth. Manly Cloth selalu melakukan quality check pada setiap produknya untuk mengantisipasi adanya cacat produksi pada setiap produknya.

Di samping itu, keputusan pembelian konsumen bagi penjualan perusahaan, karena dengan besarnya jumlah konsumen yang ingin membeli produk, maka semakin tinggi peluang brand untuk menerima keuntungan dan semakin tinggi pula peluang brand mendapatkan pelanggan tetap. Menurut Sudaryono dalam (Sudjirin. M. M, 2020) keputusan pembelian merupakan kegiatan melalui pemilihan beberapa alternatif yang ada. Maksudnya, seseorang harus memilih beberapa alternatif yang sudah diberikan. Sementara ulasan produk melalui platform online merupakan salah satu jeni supaya pemasaran yang dilaksanakan dari mulut ke mulut. Misalnya apabila ada customer yang merasa puas terhadap suatu produk, maka customer tersebut tidak hanya menyukai produk tersebut saja, akan tetapi customer tersebut bisa saja sering membicarakan produk tersebut kepada lingkungannya. Jadi, brand tersebut sangat terbantu dalam memperkenalkan produknya secara lebih luas dengan adanya *word of mouth*.

Harga produk merupakan ukuran terhadap nilai kepuasan individu terhadap produk yang telah mereka beli. Lebih tepatnya harga ialah nilai yang dilambangkan dengan jenis mata uang yang berlaku sebagai alat tukar terhadap barang yang diperjualbelikan tertentu. Pada persiapan kegiatan usaha dan aktifitas jual beli, harga jual menjadi peran penting dalam sebuah transaksi, maka dari itu penetapan harga menjadi hal utama dalam perjalanan sebuah kegiatan usaha untuk mencapai tujuan. (Adiyani, Muzakki, Widodo, & Putra, 2021). Harga merupakan sejumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan produk atau jasa tertentu, atau kombinasi keduanya (Adi, Fathoni, & Hasiolan, 2018). Tidak dapat disangkal bahwa harga adalah sebuah unsur yang krusial bagi perusahaan untuk mempengaruhi customer ataupun untuk perusahaan agar dapat bersaing di industry tersebut. Harga yang ditentukan oleh

perusahaan dapat meningkatkan minat terhadap beberapa produk yang berbeda. (Widodo et al., 2022). Dalam hal ini Manly Cloth memberikan patokan harga yang terkesan terjangkau bagi masyarakat luas, akan tetapi Manly Cloth selalu memberikan gambaran atau display produk yang memiliki kualitas premium atau berkelas.

Dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut: (1) Apakah ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Shopee pada produk Manly Cloth di Sukoharjo?; (2) Apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian di Shopee pada produk Manly Cloth di Sukoharjo?; (3) Apakah ada pengaruh antara ulasan produk terhadap keputusan pembelian di Shopee pada produk Manly Cloth di Sukoharjo?; (4) Apakah ada pengaruh antara kualitas produk, harga dan ulasan produk secara menyeluruh atau bersana-sama terhadap keputusan pembelian di Shopee pada produk Manly Cloth di Sukoharjo?

Variabel yang digunakan berupa *independent variabel* (variabel bebas) yang terdiri dari kualitas produk, harga, dan ulasan produk serta *dependent variabel* (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian. Dengan hipotesis penelitian ini sebagai berikut: (1) Diduga terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo; (2) Diduga terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo; (3) Diduga terdapat pengaruh ulasan Produk terhadap keputusan pembelian di Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo; (4) Diduga terdapat pengaruh secara simultan (Bersama-sama) antara kualitas produk, harga, dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian konsumendi Shopee pada Manly Cloth di Sukoharjo

## METODE PENELITIAN

### Uji Validitas

Suatu data dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan positif dengan signifikansi  $<0,05$  maka dinyatakan valid. Berdasarkan hasil olah data SPSS versi 26, semua variabel X1, X2, X3 dan Y dinyatakan valid dengan nilai signifikansi  $<0,05$  dan nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel ( 0,197 ).

### Uji Reliabilitas

Suatu data dikatakan reliabel jika  $\alpha > 0,60$

**Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
KualitasProduk	0,840	0, 60	Reliabel
Harga	0,816	0, 60	Reliabel
UlasanProduk	0,903	0, 60	Reliabel

Keputusan Pembelian	0,797	0,60	Reliabel
---------------------	-------	------	----------

Dengan tabel di atas yang berasal dari olah data melalui SPSS versi 26 nilai *cronbach alpha* dari setiap variabel > 0,60, maka dapat dinyatakan data tersebut reliabel tiap variabelnya.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,96223201
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,045
	Negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

#### Gambar 2 Hasil Uji Normalitas

Pada tabel Uji *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa signifikansi diperoleh sebesar 0,200 dimana batas standard yaitu > 0,05. Maka model regresi di atas memenuhi asumsi normal.

#### Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,387	1,510		-,256	,798		
	KP_TOTAL	,392	,102	,360	3,839	,000	,407	2,459
	H_TOTAL	,422	,107	,395	3,927	,000	,353	2,837
	UP_TOTAL	,154	,073	,156	2,111	,037	,650	1,538

a. Dependent Variable: KPB\_TOTAL

#### Gambar 3

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai VIF dan Tolerance dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Nilai VIF dari Variabel Kualitas Produk adalah  $2,459 < 10,00$  dan nilai Tolerance  $0,407 > 0,10$ , maka artinya Variabel Kualitas Produk tidak terjadi Multikolinieritas.
- Nilai VIF dari Variabel Harga adalah  $2,837 < 10,00$  dan nilai Tolerance  $0,353 > 0,10$ , maka artinya Variabel Harga tidak terjadi Multikolinieritas.
- Nilai VIF dari Variabel Ulasan Produk adalah  $1,538 < 10,00$  dan nilai Tolerance  $0,650 > 0,10$ , maka artinya Variabel Ulasan Produk tidak terjadi Multikolinieritas.

### Uji Heterokidastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,035	,849		2,395	,019
	KP_Total	,038	,057	,105	,662	,510
	H_Total	-,026	,060	-,074	-,433	,666
	UP_Total	-,031	,041	-,095	-,757	,451

a. Dependent Variable: ABS\_RESIDUAL

**Gambar 4**

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Nilai Signifikan variabel Keputusan Pembelian  $0,510 > 0,05$  maka artinya pada Variabel Kualitas Produk bebas dari Heterokedastisitas
- Nilai Signifikan variabel Harga  $0,666 > 0,05$  maka artinya pada Variabel Harga bebas dari Heterokedastisitas
- Nilai Signifikan variabel Ulasan Produk  $0,451 > 0,05$  maka artinya pada Variabel Ulasan Produk bebas dari Heterokedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,387	1,510		-,256	,798		
	KP_TOTAL	,392	,102	,360	3,839	,000	,407	2,459
	H_TOTAL	,422	,107	,395	3,927	,000	,353	2,837
	UP_TOTAL	,154	,073	,156	2,111	,037	,650	1,538

a. Dependent Variable: KPB\_TOTAL

**Gambar 5**

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien Kualitas Produk 0,392, Harga 0,422, Ulasan Produk 0.154

**Uji t (Parsial)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.387	1,510		-.256	,798
	KP_TOTAL	,392	,102	,360	3,839	,000
	H_TOTAL	,422	,107	,395	3,927	,000
	UP_TOTAL	,154	,073	,156	2,111	,037

a. Dependent Variable: KPB\_TOTAL

**Gambar 6**

Dilihat dari tabel di atas, diselidiki bahwa uji tengah menyelesaikan korelasi antara  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  termasuk dalam premis dinamis.  $Df = 100 - 3 - 1 = 96$ , maka  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini adalah 1,985. Untuk dapat melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan melihat tingkat signifikansi apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $t < 0,05$ . Dari hasil uji t atau uji parsial tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh variabel Kualitas Produk (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variabel Kualitas produk = 3,839, artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,839 > 1.985$ ), maka  $H_0$  ditolak, sehingga diartikan bahwa variabel keputusan pembelian berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian
- 2) Pengaruh variabel Harga (X2) terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variabel Harga = 3,927 artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,927 > 1.985$ ), maka  $H_0$  ditolak, sehingga diartikan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian
- 3) Pengaruh variabel Ulasan produk (X3) terhadap variabel Keputusan (Y) Berdasarkan hasil uji t, maka diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variabel Keputusan pembelian = 2,111, artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,111 > 1.985$ ) maka  $H_0$  ditolak, sehingga diartikan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian

## Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	730,525	3	243,508	61,327	,000 <sup>b</sup>
	Residual	381,185	96	3,971		
	Total	1111,710	99			

a. Dependent Variable: KPB\_TOTAL

b. Predictors: (Constant), UP\_TOTAL, KP\_TOTAL, H\_TOTAL

### Gambar 7

Berdasarkan pengujian signifikan variabel dapat dilihat dengan memperhatikan nilai signifikan dan  $df = n - k$ , juga nilai F hitung. Maka jika F hitung dan nilai sig < 0,05 dapat disimpulkan variabel independen atau Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian variabel penelitian secara simultan dilakukan melalui output SPSS sebagai ANOVA:  $DF2 = 100 - 3 = 97$  dan  $DF1 = 4 - 1 = 3$ , maka nilai F tabel adalah sebesar 2,70 sedangkan nilai signifikan 0,000 sehingga diperoleh  $61,327 > 2,70$  dan nilai Sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan

## Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811 <sup>a</sup>	,657	,646	1,99266

a. Predictors: (Constant), UP\_TOTAL, KP\_TOTAL, H\_TOTAL

b. Dependent Variable: KPB\_TOTAL

### Gambar 8

Berdasarkan tabel di atas dapat didapatkan Angka Adjusted R Square adalah 0,646 atau 64,6% Presentase pengaruh variabel Independen terhadap Dependen didapatkan 64,6%

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian, maka Ha diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T yang menunjukkan Nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya. Artinya semakin tinggi Kualitas Produk yang baik dari perusahaan, maka Keputusan Pembelian pada Manly Cloth semakin tinggi pula dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini ditandai dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan dengan penelitian terdahulu dari (Ernawati, 2019) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk secara parsial memiliki Pengaruh positif

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Harga dengan Keputusan Pembelian, maka Ha diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T yang menunjukkan Nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh antara variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya. Artinya semakin yang baik dari perusahaan, maka Keputusan Pembelian pada Manly Cloth semakin tinggi dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini ditandai dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan dengan penelitian terdahulu dari (Arianto, 2020) yang menyatakan bahwa Harga secara parsial memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Ulasan Produk dengan Keputusan Pembelian, maka Ha diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T yang menunjukkan Nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi Terdapat pengaruh antara variabel Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya. Artinya semakin banyak Ulasan Produk yang baik yang

diberikan kepada perusahaan, maka Keputusan Pembelian pada Manly Cloth semakin tinggi dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ulasan Produk yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik. Hal ini ditandai dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan dengan penelitian terdahulu dari (Ghofur Ainun Najib & Noor Adriana, 2022) yang menyatakan bahwa Ulasan Produk secara parsial memiliki Pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh yang positif antara Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian, maka  $H_0$  diterima. Hal ini dibuktikan dengan hasil Uji F yang menunjukkan F hitung dan nilai sig  $< 0,05$ , maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Ulasan Pelanggan yang diberikan oleh Manly Cloth sangat baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan adanya penilaian positif dari pelanggan Manly Cloth terhadap perusahaan tersebut.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk Manly Cloth yang baik dapat menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk membulatkan pilihan atau memutuskan pilihan produk kaos polos mana yang akan dibeli. Harga dari Manly Cloth yang relatif terjangkau juga menjadi pengaruh besar dalam keputusan pembelian konsumen di *marketplace* Shopee. Ulasan produk sama berpengaruhnya dengan kualitas produk dan harga dalam hal keputusan pembelian di Shopee pada Manly Cloth, dimana ulasan produk menjadi fitur yang digunakan calon konsumen untuk melihat reputasi dari produk kaos polos Manly Cloth dan untuk melihat pengalaman konsumen lain dalam pembelian produk kaos polos di Manly Cloth

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Oleh karena itu perusahaan atau Manly Cloth diharapkan dapat mempertahankan keunggulan-keunggulan kualitas produk perusahaan antara lain jenis kain yang digunakan, pola potongan kaos dan *packaging* yang lebih baik

Dalam penelitian ini variabel Harga juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maka dari itu, disarankan Manly Cloth dapat mempertahankan harga yang relatif bisa diterima customer dari semua kalangan tanpa harus mengurangi kualitas produk Manly Cloth.

Sementara dari hasil uji hipotesis yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, Ulasan Produk menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian namun dan terbukti signifikan. Maka dari itu, disarankan Manly Cloth lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan seperti pelayanan *customer service*, kecepatan membalas pesan dari customer ketika ada complain atau keperluan dari konsumen yang disesuaikan dengan kebutuhan para konsumen dengan harapan semakin meningkatnya *rating* di dalam fitur ulasan produk yang ada di Shopee

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. R. K., Fathoni, A., & Hasiolan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4), 1–22.
- Adiyani, R., Muzakki, M. H. N., Widodo, Z. D., & Putra, A. R. (2021). Social Media Strategy to Improve Brand Image: in the Context of Students' Decision Making. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 12(3), 211–222.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Ghofur Ainun Najib, A., & Noor Adriana, A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Fusion*, 2(01), 171–180. <https://doi.org/10.54543/fusion.v2i01.145>
- Sudjirin. M. M. (2020). Keputusan Penggunaan Grab-Bike pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta di Pondok Labu. *UPN Veteran Jakarta*.
- Widodo, Z. D., Putra, A. R., Adiyani, R., Suyamto, S., Zailani, A., & Suharyoko, S. (2022). Pelatihan Manajemen Strategi Harga Dalam Rangka Pembinaan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Kewirausahaan Melalui Webinar. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 5(1), 71–77.