

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *FASHION LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *THRIFT FASHION* DI MADIUN

Nayang Aurida Aji Saputra¹⁾, Rizal Ula Ananta Fauzi²⁾, Apriyanti³⁾

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: nayangaurida78@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: rizalula@unipma.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: kelip.apriyanti@unipma.com

Abstrak

Studi ini bertujuan guna mengetahui adanya dampak harga, kualitas produk serta *fashion lifestyle* kepada keputusan pembelian *thrift fashion* (studi kasus pada konsumen thrifting kota madiun). Studi ini diterapkan kepada pengunjung yang telah membeli produk *thrift fashion* dengan melibatkan 385 responden sebagai sampel, dan menerapkan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan bantuan *software* SPSS25. Hasil penelitian ini adalah harga dampak positif serta signifikan pada keputusan pembelian produk *thrift fashion* kualitas produk pengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian pada produk *thrift fashion*, *fashion lifestyle* memberikan pengaruh secara positif signifikan pada keputusan pembelian pada *thrift fashion* di Kota Madiun.

Kata Kunci: *Fashion Lifestyle*, Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk

Abstract

This research explores the effects of price, product quality, and fashion lifestyle on thrift fashion purchase decisions (a case study of thrifting consumers in Madiun). The study targeted individuals who have purchased thrift fashion products, utilizing a sample size of 385 respondents and employing a quantitative approach with purposive sampling, analyzed using SPSS25 software. The findings reveal that price significantly influences purchase decisions for thrift fashion in Madiun, product quality has a notable and positive impact on such decisions, and fashion lifestyle also plays a significant and positive role in shaping purchasing choices for thrift fashion in Madiun.

Keywords: *Fashion Lifestyle* , Price, Product Quality, Purchasing Decisions

A. PENDAHULUAN

Fenomena *thrift* yang sangat populer saat ini membuat pelaku bisnis membeli bal *thrift* impor dan menjualnya dengan embel-embel “barang impor” daripada memberikan nama dagangan “barang

bekas”. Barang impor tersebut terdiri dari berbagai macam *style*, mulai dari *style* masa lalu yang disebut dengan *vintage* hingga *style* pada era ini. *Style* ialah salahsatu yang dilirik para antusias *thrifting*, karena setiap orang memiliki gaya berpenampilan yang berbeda-beda. Masalah harga pada *thrift* sangat terjangkau serta menyesuaikan dengan *style* dan kualitas produknya. Seiringnya waktu, banyaknya pedagang *thrift* membuat mereka mendirikan toko dengan konsep *thrift shop*. Tak hanya itu, pedagang *thrift* membuat komunitas untuk penggemar *thrifting* yang mana komunitas tersebut dibuka untuk wilayah. Terdapat Fenomena yang terjadi pada tanggal 27 Maret 2023 yakni, Dampak larangan impor pakaian bekas terasa hingga Kabupaten Madiun. Sejumlah pengusaha *thrifting* setempat mengeluh omzet penjualannya terjun bebas sejak aturan itu diberlakukan (Radar Madiun 2023)

Madiun *Thrift Market* menonjol dengan penawaran harga yang relatif terjangkau, terutama selama acara-acara khusus. Keunggulan ini menjadikannya pilihan favorit untuk berbelanja pakaian bekas dengan harga yang lebih terjangkau, terutama produk seperti *Thrift tan dan Thrift shop Moy.stuff* yang mempunyai kisaran harga antara Rp. 20.000,00 hingga Rp. 60.000,00. Sedangkan *Thrift Shop Setunggalsae* memiliki kisaran harga Rp. 30.000,00 hingga Rp. 80.000,00 Meskipun demikian, kualitas produk yang ditawarkan tetap memenuhi standar yang ada di Jawa Timur

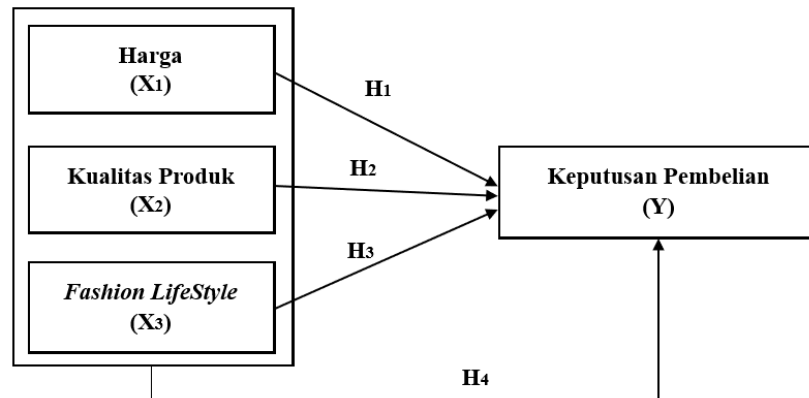
Menurut penelitian yang implementasikan oleh Hadi Arjuna Dan Sarah Ilmi (2020) mengungkapkan bahwasanya harga mempengaruhi keputusan pembelian. Ketepatan pada penentuan harga dapat menarik perhatian pembeli. Jikalau harga yang ditentukan perusahaan sesuai pada daya beli pembeli, maka dari itu produk tersebut akan lebih dipilih. Studi ini relevan dengan studi sebelumnya oleh Rahmayanti &Saifuddin (2021) yang mengungkapkan terdapat dampak positif serta signifikan dari harga pada keputusan pembelian. Namun pada penelitian Widyaratna & Zainuri (2023) mengungkapkan harga tidak memberikan pengaruh pada keputusan pembelian yang diambil hal yang sama terdapat pada studi Mulyana (2021) mengungkapkan bahwasanya harga tidak memepengaruhi keputusan pembelian produk *Fashion*.

Kualitas produk menurut Juran adalah kesesuaian agar terpenuhinya kebutuhan serta memastikan kepuasan pembeli. Kesesuaian penggunaan pada produk berarti ketika produk memiliki umur simpan dengan jangka waktu lama, yang meningkatkan nilai atau citra konsumen yang memakainya, produk yang tak mudah rusak, memiliki jaminan kualitas dan sesuai etika penggunaan. (M.N Nasution 2010).

Ni'matur Rahmayanti dan Muchammad Saifuddin (2021) memaparkan dalam penelitiannya bahwa *Fashion lifestyle* memiliki dampak yang signifikan kepada keputusan pembelian pakaian. Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu yang telah diteliti oleh Dermawan, (2020) menyatakan bahwasanya *fashion lifestyle* mempengaruhi secara signifikan pada keputusan pembelian. Disisi lain penelitian yang telah didalami oleh Zainuri (2023) menjelaskan bahwasanya tidak adanya pengaruh atas variable *fashion lifestyle* pada keputusan pembelian pakaian *preloved* di *Thriftshop*. Mengacu pada research gap yang ditemukan, maka studi dilakukan guna mengidentifikasi adanya pengaruh harga, kualitas produk serta *fashion lifestyle* pada keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun.

Theory Planned Behavior

Teori Ajzen terkait sikap pada perilaku membahas seberapa jauh seseorang menilai perilaku dalam sebuah pertanyaan melalui cara yang bermanfaat atau tidak bermanfaat, (Ajzen, 1991). Menurut Ajzen, (1991) Teori perilaku terencana mengelompokkan antara tiga macam kepercayaan (*belief*) ialah *normative belief*, *control belief*, dan *behavioral belief*, dimana hal tersebut berkaitan dengan konstruksi norma subjektif (*subjective norm*), sikap (*attitude*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

H₁: Terdapat dampak dari harga kepada keputusan pembelian *Thrift fashion* Kota Madiun.

H₂: Terdapat dampak dari kuliatas produk kepada Keputusan pembelian *Thrift fashion* Kota Madiun.

H₃: Terdapat pengaruh dari *Fashion Lifestyle* kepada keputusan pembelian *Thrift fashion* Kota Madiun.

H₄: Terdapat dampak secara bersama-sama dari Harga, Kualitas Produk dan *Fashion Lifestyle* kepada keputusan pembelian *Thrift Fashion* Kota Madiun.

B. METODE

Studi ini dilakukan di Kota Madiun, Jawa Timur, dengan objek yang diteliti ialah masyarakat yang merupakan konsumen thrifting di kota tersebut. Waktu penelitian berlangsung selama empat bulan, dari Maret hingga Juni 2024. Desain penelitian yang diterapkan ialah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif, untuk mengukur pengaruh harga, kualitas produk, serta *fashion lifestyle* pada keputusan pembelian konsumen *thrifting*. Populasi penelitian meliputi masyarakat Kota Madiun yang sudah membeli produk *thrift fashion*, dan sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah 385 responden. Data dikumpulkan

melalui kuesioner, sementara analisis data memanfaatkan bantaun *software* SPSS mencakup uji asumsi klasik, uji instrumen, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen dalam studi ini menunjukkan bahwasanya seluruh indikator atas setiap variabel yang diteliti dinyatakan kondisi valid dikarenakan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,100). Hal tersebut memberikan bukti bahwasanya hubungan antar variabel independen cukup kuat. Kesimpulan dari hasil diatas mendeskripsikan jika pernyataan pada harga, kualitas produk, *fashion lifestyle* dan keputusan pembelian dikatakan valid oleh karena itu pengujian ini bisa dipakai sebagai bentuk alat pengukuran data pada studi ini.

Uji Realibilitas

Mengacu pada hasil analisis bahwasanya hasil uji reliabilitas dari variabel harga, kualitas produk, *fashion lifestyle* dan keputusan pembelian mampu disebutkan reliabel dikarenakan nilai *alpha cronbach* > 0.70 .

Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

Mengacu Pada hasil analisis, hasil uji normalitas menyampaikan bahwasanya Asymp signifikansi bernilai $0.053 > 0,05$. Maka ditarik kesimpulan dari hasil diatas bisa disebutkan bahwasanya semua data yang akan diteliti terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut hasil analisis menunjukkan bahwasanyasanya nilai tolerance variabel Harga $0,426 > 0,10$, variabel Kualitas Produk sebesar $0,464 > 0,10$, dan *Fashion Lifestyle* sebesar $0,441 > 0,10$. Hasil dari nilai VIF variabel harga, kualitas produk, dan *fashion lifestyle* mempunyai nilai < 10 sehingga dapat dinyatakan bahwasanya penelitian tersebut tidak muncul adanya multikolonieritas.

Uji Heterokedastisitas

Menurut hasil analisis menunjukan bahwasanyasanya output dari pengujian heteroskedastisitas dengan menerapkan uji glejser didapati nilai probabilitas (sig) variabel harga sebesar 0,575, variabel kualitas produk 0,176, dan variabel *fashion lifestyle* sejumlah 0,611 yang maksudnya jika nilai tersebut > 0,05 dengan demikian bisa dikatakan bahwasanyasanya tidak ada heteroskedastisitas pada studi ini.

Uji Autokeralasi

Mengacu pada hasil analisis nilai Durbin-Watson sebesar 1,889. Nilai signifikasnsi 0.05 pada jumlah sampel meliputi 385 (N=385) dengan total variabel bebas 3 (K=3), maka didapatkan nilai dU 1.842. Hasil tersebut menunjukan nilai DW 1,889 diatas daripada nilai dU 1.842 serta selanjutnya $4 - dU = 2.158$ nilai DW 1,889 lebih kecil dari nilai tersebut 2.158. Kesimpulan dari output tersebut bahwasanya model uji regresi tidak adanya masalah autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Output Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstd. Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.505	.838		4.183	.000
	Harga	.105	.035	.173	2.975	.003
	Kualitas Produk	.141	.026	.307	5.493	.000
	<i>Fashion Lifestyle</i>	.140	.029	.272	4.751	.000
a. Variabel terikat: Keputusan Pembelian						

a. Variabel terikat: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

Mengacu pada tabel 1 diperoleh persamaan model regresi linier berganda dibawah init:

$$Y = 3,505 + 0,105X_1 + 0,141X_2 + 0,140X_3 + e$$

Berdasarkan hasil dari pengujian regresi pada tabel maka bisa diperjelas sebagai dibawah ini:

- Nilai konstanta sebesar 3,505 mengindikasikan bahwasanya jika semua variabel bebas tidak mempunyai nilai, sehingga variabel terikat akan tetap bernilai 3,505.

- b. Dengan koefisien regresi positif sebesar 0,105, variabel Harga (X1) menunjukkan bahwasanya setiap kenaikan 1 poin pada harga akan berkontribusi pada peningkatan sebesar 0,105 pada keputusan pembelian.
- c. Koefisien regresi sebesar 0,141 untuk variabel Kualitas Produk (X2) menunjukkan bahwasanya kenaikan 1 poin pada kualitas produk akan memaksimalkan keputusan pembelian sejumlah 0,141.
- d. Koefisien regresi positif sebesar 0,140 pada variabel Fashion Lifestyle (X3) menunjukkan bahwasanya setiap peningkatan 1 poin dalam fashion lifestyle akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,140.

Uji Hipotesis (Uji Parsial)

- 1) Variabel harga mempunyai dampak signifikan kepada keputusan pembelian, dengan nilai t_{hitung} sejumlah 2,975 yang melebihi t_{tabel} 1,966 dan nilai signifikansi 0,003 yang berada di bawah 0,05. Ini menunjukkan bahwasanya hipotesis pertama (H1) dapat diterima, yang berarti bahwasanya harga mempengaruhi keputusan pembelian secara substansial.
- 2) Kualitas produk menunjukkan pengaruh signifikan pada Keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sejumlah 5,493 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,966 dan signifikansi 0,000 di bawah 0,05,. Ini menunjukkan Hipotesis kedua (H2) dengan demikian terbukti benar.
- 3) *Fashion lifestyle* juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan t_{hitung} bernilai 4,751 yang lebih besar dari t_{tabel} 1,966 serta signifikansi 0,00 yang jauh di bawah 0,05. Ini menunjukkan bahwasanya hipotesis ketiga (H3) diterima, mengindikasikan bahwasanya gaya hidup fashion memainkan peran penting dalam keputusan pembelian.

Uji Simultan

Mengacu pada hasil analisis mengungkapkan bahwasanya nilai F pada uji simultan mencapai 103,326, yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan F_{tabel} yang hanya 2,62. Dengan nilai

signifikansi 0,000 yang jauh di bawah ambang batas 0,05, dapat dipastikan bahwasanya secara keseluruhan, variabel-variabel independen yang diuji memiliki pengaruh signifikan kepada variabel dependen secara bersamaan.

Koefisien Determinan (R^2)

Mengacu pada hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan Adjusted R Square bernilai 0,444, yang bermakna bahwasanya 44,4% dari variasi dalam keputusan pembelian bisa dijelaskan dari variabel-variabel seperti harga, kualitas produk, dan fashion lifestyle. Sementara itu, 55,6% dari variasi dalam keputusan pembelian adanya pengaruh akibat dari faktor di luar dari model penelitian ini.

C. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwasanya: Pertama, harga (X_1) memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian *thrift fashion* di Madiun. Hasil analisis mengungkapkan bahwasanya harga yang ditetapkan untuk produk *thrift fashion* mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, sehingga harga yang kompetitif atau sesuai dengan nilai produk dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli.

Kedua, kualitas produk (X_2) juga memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian. Kualitas produk *thrift fashion* yang memadai dan sesuai dengan keinginan konsumen, seperti bahan yang masih bagus, tidak ada cacat, dan model yang menarik, dapat menarik lebih banyak pembeli dan memberikan kepuasan lebih kepada konsumen.

Ketiga, gaya hidup fashion (X_3) mempengaruhi secara signifikan pada keputusan pembelian *thrift fashion*. Studi menunjukkan bahwasanya gaya hidup fashion konsumen, seperti kecenderungan mengikuti tren fashion, kepedulian pada penampilan, serta preferensi pada gaya yang unik, mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk *thrift fashion*. Dengan memahami dan memenuhi gaya hidup fashion konsumen, penjual *thrift fashion* dapat menarik

lebih banyak pembeli dan membangun loyalitas di antara konsumen yang memiliki minat tinggi pada fashion.

D. SARAN

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas sampel populasi konsumen thrift fashion di berbagai kota atau daerah guna mendapatkan hasil yang lebih general. Selain itu, menambah variabel dependen seperti loyalitas pelanggan, persepsi nilai, dan faktor sosial-ekonomi dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai perilaku konsumen dalam industri thrift fashion. Studi juga dapat mempertimbangkan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan di balik preferensi konsumen pada thrift fashion.

DAFTAR PUSTAKA

Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). *Effect of brand image, price, and quality of product on the smartphone purchase decision. EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294-305.

Dermawan, A. (2023). *Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk, Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) Di Kabupaten Kebumen* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).

Nasution, M. N. (2010). *Perilaku Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Saifuddin, M., & Rahmayanti, N. M. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram. Cakrawala Management Business Journal*, 4(2), 847-868.

Sugiyono. (2017). *Metode Studi Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi revisi)*. Bandung: Alfabeta.

Widyaratna, L., & Zainuri, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved di Thriftshop. Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(4), 941-948.