

Aditia Dermawan

Manajemen, Universitas Putra Bangsa

adityafitriani20@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh fashion lifestyle, variasi produk dan product quality terhadap keputusan pembelian thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah analisis pengaruh fashion lifestyle, variasi produk dan product quality terhadap keputusan pembelian thrift shop (toko pakaian bekas branded), dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu masyarakat Kebumen yang berusia minimal 17 tahun yang melakukan pembelian thrift shop (toko pakaian bekas branded) dengan jumlah 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasilnya dianalisis menggunakan program SPSS 26 for windows. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama fashion lifestyle secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis kedua bahwa variasi produk secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa product quality secara parsial mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis keempat bahwa fashion lifestyle, variasi produk dan product quality secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Fashion Lifestyle, Variasi Produk, Product Quality, dan Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of fashion lifestyle, product variety and product quality on purchasing decisions of thrift shops (branded used clothing) in Kebumen Regency. The problem raised in this study is the analysis of the influence of fashion lifestyle, product variety and product quality on thrift shop purchasing decisions (branded used clothing), with the aim of knowing how much influence it has partially or simultaneously. The sample data taken in this study were Kebumen people who were at least 17 years old who purchased thrift shops (branded used clothes) with a total of 100 respondents. In this study using a questionnaire / questionnaire as a means of data collection. The data analysis used in this study used multiple linear regression analysis and the results were analyzed using the SPSS 26 for windows program. The results of the analysis prove that the first hypothesis, fashion lifestyle, partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the second hypothesis that product variations partially have a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of proving the third hypothesis are that product quality partially has a positive and insignificant influence on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis are that fashion lifestyle, product variety and product quality simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Fashion Lifestyle, Product Variation, Product Quality, and Purchase Decision.

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

PENDAHULUAN

Pakaian merupakan suatu kebutuhan penting yang tidak dapat dipisahkan dari setiap diri manusia. Seiring semakin berkembangnya zaman, semakin banyak pula perubahan dan pilihan yang ditawarkan oleh produsen. Dengan model dan trend membuat konsumen tertarik dan terdorong untuk menggunakan pakaian yang bagus dan bermerek sebagai salah satu alat untuk menunjang penampilan. Namun faktanya tidak sedikit juga masyarakat yang mempunyai keterbatasan untuk mendapatkan pakaian yang mereka inginkan, sehingga hal tersebut menciptakan peluang usaha pakaian bekas layak pakai untuk kembali diperjual belikan dalam rangka mengisi ceruk pasar konsumen yang memiliki keterbatasan keuangan dalam pemenuhan kebutuhannya terkait dengan pembelian pakaian.

Industri pakaian bekas semakin berkembang di Indonesia ditandai dengan maraknya generasi milenial yang bangga dengan menggunakan barang-barang thrift. Kemunculan thrifting sebagai salah satu solusi penumpukan limbah pakaian kini menjadi tren di kalangan masyarakat pecinta fashion. Thrifting sendiri berasal dari kata thrift yang berarti barang bekas. Thrift adalah barang bekas yang sudah tidak terpakai namun memiliki nilai dan kondisi barang yang masih layak pakai. Fenomena ini sebenarnya sudah muncul sejak lama di Indonesia, namun baru menjadi tren yang sedang ramai dan diminati banyak orang terutama kalangan para milenial karena kebanyakan influencer di sosial media yang melakukan kegiatan ini. Kegiatan thrifting ini mulai digandrungi guna menghemat pengeluaran, karena tak jarang orang menemukan pakaian thrift dengan merek ternama dan masih layak pakai dengan harga miring.

Melihat dari fenomena kegiatan thrifting yang sedang tren di kalangan pecinta fashion, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait keputusan pembelian thrift di Kabupaten Kebumen, hal apa yang mendasari untuk melakukan keputusan pembelian thrift di Kabupaten Kebumen. Setelah dilakukan wawancara dengan konsumen yang berminat untuk melakukan keputusan pembelian thrift shop (toko pakaian bekas branded) dengan cara kuesioner. Ada beberapa alasan atau faktor-faktor yang menyebabkan responden melakukan keputusan pembeli thrift shop, sebagai berikut:

Hasil observasi tentang thrift shop
Tahun 2022

No	Variabel	Jumlah responden	Persentase
1	Kualitas produk (product quality)	17 orang	47,2%
2	Variasi produk	9 orang	25%
3	Gaya hidup (fashion lifestyle)	7 orang	19,4%
4	Authentic product	2 orang	5,6%
5	Electronic word of mouth	1 orang	2,8%
Total		37 orang	100%

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2022

Sebagian masyarakat yang melakukan keputusan pembelian thrift ini sudah mengetahui bahaya dari pakaian thrift, karena pakaian thrift dianggap tidak higienis. Tetapi

masyarakat tergiur dengan harga thrift yang murah dibanding dengan pakaian yang baru. Sehingga masyarakat melakukan banyak cara agar membuat pakaian tersebut menjadi higienis dan layak dipakai. Fenomena pakaian bekas menjadi salah satu permasalahan yang belum tuntas, terkait larangan pakaian bekas karena menjadi kegiatan bongkar muat ilegal. Selain itu terdapat ancaman bakteri dan jamur yang terdapat pada pakaian bekas yang bisa mengganggu kesehatan seseorang. Akan tetapi hal ini bertolak belakang dengan kondisi saat ini di Kabupaten Kebumen yang mana peredaran pakaian bekas makin meluas dan mudah dijangkau.

Instagram yang menjual Thrift di kebumen
Tahun 2022

No	Nama instagram	Jumlah followers
1	@waletmarket	10,4 ribu
2	@oldfit.id	10,1 ribu
3	@kebumen_bekasberkelas	2,2 ribu
4	@2ndbroke.thrift	1,5 ribu
5	@2ndbroke.thrift	1,1 ribu

Sumber : Data Primer diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel tersebut terdapat beberapa toko thrift di instagram yang menjual pakaian bekas di Kabupaten Kebumen dengan jumlah followers diatas satu ribu, setiap pemilik usaha harus memiliki strategi-strategi untuk menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Selain dari pihak pemilik usaha yang harus mengatur strategi bisnisnya, dipihak lain konsumen juga memiliki banyak opsi sebab semakin maraknya toko pakian bekas yang mengusung ciri khas masing-masing di setiap tokonya. Dikutip dalam (Noor, 2023) Deputi Bidang Usaha Kecil dan Menengah Kemenkop UKM Hanung Harimba mengatakan larangan thrifting pakaian impor sebenarnya sudah diatur pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51 Tahun 2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas. Akan tetapi kenyataannya masih banyak penjual pakaian thrift di pasaran. Hal ini tentunya tidak terlepas dari tingginya animo masyarakat terhadap pakaian bekas, yang dapat dikaitkan dengan berbagai faktor seperti gaya hidup, kualitas produk yang unggul, variasi produk pakaian dari luar negeri, harga yang wajar, penggunaan media sosial untuk tujuan pemasaran, dan masih banyak lagi.

Keputusan pembelian adalah aktifitas dalam menyelesaikan masalah yang dilakukan individu dengan memilih dari berbagai alternatif yang sesuai dan dianggap sebagai tindakan paling tepat untuk membeli (Firmansyah, 2018). Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu ketika memilih alternatif perilaku yang sesuai dari dua tahu lebih dan dianggap sebagai tindakan paling pas untuk membeli dengan melalui tahapan proses keputusan pembelian (Astuti dkk., 2019).

Adanya gaya hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari mereka, ini dapat menimbulkan seseorang untuk membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka salah satunya fashion. Keterlibatan fashion

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

mengacu pada gaya seseorang dari cara mereka berpakaian oleh minat seseorang berpenampilan. Gaya hidup adalah cara seseorang hidup termasuk sikap individu seseorang terhadap dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya (Kotler, 2016). Sedangkan menurut Kanserina (2015) menyatakan bahwa gaya hidup yakni pola hidup manusia di dunia yang diekspresikan dalam minat, aktivitas, dan opininya dengan begitu secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari keseharian yang dia lakukan, dengan apa yang mereka pikirkan dan seberapa seseorang peduli dengan adanya sekitarnya.

Perilaku konsumen yang tidak dapat diprediksi dengan mudah menyebabkan dunia bisnis semakin berkembang. Salah satunya bisnis pakaian, konsumen akan menuntut agar suatu produk yang dijual di masyarakat dapat sesuai dengan selera, gaya hidup dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumtif termasuk fenomena yang cukup melanda kehidupan masyarakat luas. Hal tersebut dipengaruhi oleh kebiasaan dan gaya hidup yang relatif cepat berubah. Dalam berpenampilan, masyarakat cenderung berperilaku konsumtif. Mereka yang telah termakan budaya konsumtif akan rela melakukan apa saja untuk memenuhi kebutuhan pakaian mereka untuk memenuhi gaya hidup, maka dari itu, para pelaku usaha harus bisa membaca dan memahami perilaku konsumen yang berkembang tentang gaya hidup konsumen.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian pada thrifting yaitu variasi produk. Variasi produk merupakan strategi pemasaran untuk mempertahankan konsumen, tujuan variasi produk adalah agar konsumen tidak bosan dengan produk tersebut selain itu juga akan berdampak pada kepuasan konsumen karena semakin banyak variasi produk maka konsumen semakin tertarik untuk membeli. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa keragaman produk atau variasi produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual. Sedangkan menurut Wijayarsi dan Mahfudz (2018), variasi produk merupakan strategi pemasaran untuk mempertahankan konsumen yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan produk tersebut, selain itu juga akan berdampak pada kepuasan tersendiri dalam diri konsumen, karena semakin banyak varian produk, konsumen semakin ingin membeli.

Thrift shop di Kabupaten Kebumen, seperti di banyak daerah lainnya, menawarkan beragam produk bekas yang mencakup pakaian, aksesoris, dan banyak lagi. Fenomena variasi produk dalam thrift shop menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Variasi produk yang tersedia dapat memengaruhi preferensi, keinginan, dan motivasi konsumen dalam memilih barang-barang bekas yang mereka beli. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana variasi produk memengaruhi keputusan pembelian thrift di Kabupaten Kebumen.

Selain kedua faktor tersebut, kualitas produk (product quality) juga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kotler dan Kettler (2016) kualitas produk merupakan senjata strategis potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketetapan, dan kemudahan dalam

penggunaan. Product quality atau kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan sebuah fungsi yang dimiliki seperti daya tahan dan nilai produk (Rismalasari et al., 2016).

Thrift shop di Kabupaten Kebumen telah menjadi tempat yang menarik bagi konsumen yang mencari barang-barang bekas dengan harga terjangkau. Fenomena kualitas produk di Thrift shop menjadi aspek penting dalam keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk thrift mencakup kondisi fisik, keawetan, dan nilai fungsional barang-barang bekas yang ditawarkan. Konsumen yang mencari barang bekas sering kali mempertimbangkan kualitas produk tersebut sebelum melakukan pembelian. Namun, banyak faktor yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk di pasar thrift, termasuk harga, merek, serta aspek sosial dan lingkungan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan tersebut. Maka penulis memilih judul penelitian "Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen".

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Menurut Tjiptono (2015) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses di mana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu.

Indikator keputusan pembelian Pradana et al. (2018) yaitu sebagai berikut: Pilihan produk.

1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk
2. Memutuskan membeli karena merek itu paling disukai pelanggan
3. Membeli karena ingin dan butuh
4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain

Fashion Lifestyle

Gaya hidup yakni pola hidup manusia di dunia yang diekspresikan dalam minat, aktivitas, dan opininya dengan begitu secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari keseharian yang dia lakukan, dengan apa yang mereka pikirkan dan seberapa seseorang peduli dengan sekitarnya (Kanserina, 2015). Fashion lifestyle memiliki beberapa indikator, Li (2011) mengukurnya dalam 4 indikator:

1. *Brand prestige*
2. *Personality*
3. *Practical*
4. *informational*

Variasi Produk

Produk mengacu pada barang dan jasa yang disajikan oleh organisasi. Jadi, dengan kata lain, produk dapat

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

dikenal sebagai paket keunggulan yang disajikan pemasar kepada pelanggan dengan harga tertentu (Sari et al., 2021).

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019: 32) menjelaskan bahwa indikator dari keragaman produk meliputi:

1. Merek produk
2. Kelengkapan produk
3. Ukuran produk
4. Kualitas produk

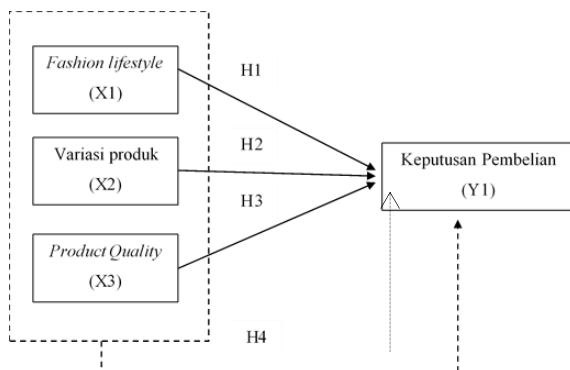
Product Quality

Menurut David Garvin (2016: 134) berpendapat bahwa kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan konsumen.

Indikator kualitas produk menurut Perdana & Pratama (2020) antara lain:

1. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Specification)
2. Keistimewaan (Feature)
3. Estetika (Aesthetic)
4. Kualitas yang dipersiapkan (Perceived Quality)

Model Empiris



Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017: 182) mengemukakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena kalimat pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah riset, belum jawaban yang empiris dengan pengumpulan data. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disampaikan oleh peneliti maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- H1: Fashion lifestyle berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen.
- H2: Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen.

H3: Quality product berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen.

H4: Fashion lifestyle, variasi produk dan product quality berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen.

METODE

Variabel Independen penelitian ini adalah variabel fashion lifestyle, variasi produk dan product quality sebagai variabel bebas, Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian. Data sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen berumur 18 tahun sampai orang dewasa dan dianggap dapat memberikan pendapat obyektif, sampel yang digunakan adalah konsumen yang melakukan pembelian pakaian thrift shop (pakaian bekas) di Kabupaten. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Fashion Lifestyle

Tabel IV- 5
Uji Validitas Variabel *Fashion Lifestyle*

Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X1.1	0,723	0,1966	0,000	Valid
X1.2	0,762	0,1966	0,000	Valid
X1.3	0,702	0,1966	0,000	Valid
X1.4	0,664	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Tahun 2023

Berdasarkan tabel IV-5, menunjukkan bahwa semua item instrument variabel fashion lifestyle dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel fashion lifestyle dinyatakan valid (sah).

Uji Validitas Variasi Produk

Tabel IV- 6
Uji Validitas Variabel Variasi Produk

Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X2.1	0,723	0,715	0,1966	0,000
X2.2	0,762	0,848	0,1966	0,000
X2.3	0,702	0,721	0,1966	0,000
X2.4	0,664	0,689	0,1966	0,000

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel IV-6, menunjukkan bahwa semua item instrument variabel variasi produk dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel variasi produk dinyatakan valid (sah).

Uji Validitas Product Quality

Tabel IV- 7

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

Uji Validitas Variabel Product Quality

Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
X3.1	0,822	0,1966	0,000	Valid
X3.2	0,722	0,1966	0,000	Valid
X3.3	0,422	0,1966	0,000	Valid
X3.4	0,732	0,1966	0,000	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel IV-7, menunjukkan bahwa semua item instrument variabel product quality dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel product quality dinyatakan valid (sah).

Uji Validitas Keputusan Pembelian

Tabel IV- 8

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Y.1	0,652	0,1966	0,000	Valid
Y.2	0,678	0,1966	0,000	Valid
Y.3	0,580	0,1966	0,000	Valid
Y.4	0,790	0,1966	0,000	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel IV-8, menunjukkan bahwa semua item instrument variabel keputusan pembelian dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga item yang dipakai pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid (sah).

Uji Reliabilitas

Tabel IV- 9

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Syarat Reliabel	Keterangan
1	Fashion lifestyle	0,675	>0,60	Reliabel
2	Variasi Produk	0,729	>0,60	Reliabel
3	Product Quality	0,628	>0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,603	>0,60	Reliabel

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel IV- 9 dapat dijelaskan bahwa uji reliabilitas terdapat 4 (empat) instrument hasilnya reliabel. Karena masing-masing instrument memiliki nilai cronbach Alpha >0,60.

Uji Multikolinieritas

Tabel IV- 12

Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Fashion Lifestyle	.648	1.544
	Variasi produk	.754	1.326
	Produk Quality	.707	1.415

Sumber: data diolah tahun 2023

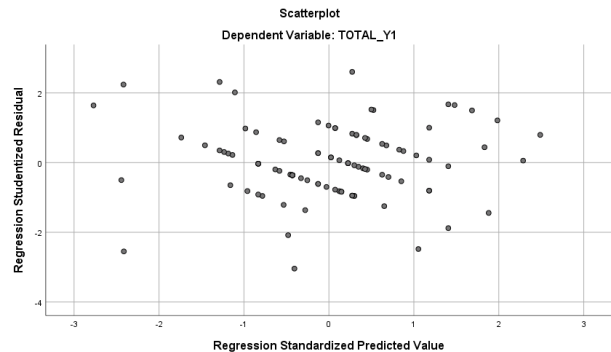
Berdasarkan tabel IV- 12 diatas terlihat bahwa nilai VIF untuk variabel Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality kurang dari 10 dan nilai tolerance untuk

variabel Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality lebih dari 0,10. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas sehingga model regresi dapat dipakai.

Uji Heterokedasitas

Gambar IV- 1

Hasil Uji Heterokedasitas



Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan gambar IV- 1 yaitu hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas Data

Tabel IV- 11

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		Unstandardized Residual	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std.		1.12709829
	Deviation		
Most Extreme Differences	Absolute		.077
	Positive		.057
	Negative		-.077
Test Statistic			.077
Asymp. Sig. (2-tailed)			.147 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel IV- 11 hasil uji normalitas Kolmogorov-Semirnov dari ouput SPSS diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,147 > 0,05. Sesuai dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel IV- 10

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinear Statistic Tolerance
	B	Std. Error	Beta			
Constant	4.268	1.107		3.857	.000	
Fashion Lifestyle	.187	.073	.250	2.559	.012	.648
Variasi Produk	.351	.085	.376	4.145	.000	.754
Product Quality	.141	.082	.160	1.710	.090	.707

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan data yang telah diolah, maka persamaan regresi variabel pada penelitian ini yaitu:

$$Y = 4,268 + 0,187 X_1 + 0,351 X_2 + 0,141 X_3 + e$$

Nilai-nilai dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 4,268
Menyatakan bahwa jika tidak terdapat variabel fashion lifestyle, variasi produk dan product quality maka variabel keputusan pembelian mempunyai nilai 4,268
2. Variabel bebas
 - a. Koefisien regresi X1 sebesar 0,187 artinya yaitu setiap penambahan satu satuan pada variabel fashion lifestyle (X1), maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,187 satuan dengan asumsi variabel lain tidak berubah.
 - b. Koefisien regresi X2 sebesar 0,351 artinya yaitu setiap penambahan satu satuan pada variabel variasi produk (X2), maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,351 satuan dengan asumsi variabel lain tidak berubah.
 - c. Koefisien regresi X3 sebesar 0,141 artinya yaitu setiap penambahan satu satuan pada variabel product quality (X3), maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,141 satuan dengan asumsi variabel lain tidak berubah.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel IV- 13

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Sumber: data diolah tahun 2023

- a. Pengaruh fashion lifestyle terhadap keputusan pembelian
Hasil uji t pada tabel IV- 13 menunjukkan nilai thitung sebesar 2,559 > ttabel sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,012 < 0,05 sehingga

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.268	1.107		3.857	.000
Fashion Lifestyle	.187	.073	.250	2.559	.012
Variasi Produk	.351	.085	.376	4.145	.000
Product Quality	.141	.082	.160	1.710	.090

dapat disimpulkan bahwa variabel fashion lifestyle berpengaruh signifikan terhadap variabel

keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H1) diterima.

- b. Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian

Hasil uji t pada tabel IV- 14 menunjukkan nilai thitung sebesar 4,145 > ttabel sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H2) diterima.

- c. Pengaruh product quality terhadap keputusan pembelian

Hasil uji t pada tabel IV- 14 menunjukkan nilai thitung sebesar 1,710 < ttabel sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,090 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel product quality tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H3) ditolak.

Uji Simultan (Uji f)

Tabel IV- 14

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	85.625	3	28.542	21.787	.000b
Residual	125.765	96	1.310		
Total	211.390	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel IV- 14, diperoleh nilai fhitung sebesar 21,787 dengan nilai signifikan 0,000. Karena nilai fhitung sebesar 21,787 > 2,70 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa fashion lifestyle, variasi produk dan product quality memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel IV- 15

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel IV- 15 dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R square sebesar 0,386. Hal ini menunjukkan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.405	.386	1.145

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1
b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

bahwa keputusan pembelian oleh variabel fashion lifestyle, variasi produk, dan product quality sebesar 39%, sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini akan dibahas berdasarkan hipotesis penelitian, yaitu membahas pengaruh fashion lifestyle terhadap keputusan pembelian, variasi produk terhadap keputusan pembelian, dan product quality terhadap keputusan pembelian.

1. Pengaruh fashion lifestyle terhadap keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh variabel fashion lifestyle terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa thitung sebesar $2,559 > ttabel$ sebesar $1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fashion lifestyle berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup berpakaian konsumen terhadap produk thrift mampu mempengaruhi tingkat keputusan pembelian thrift.

Fashion lifestyle menunjukkan bagaimana orang-orang tersebut hidup dengan menggunakan pakaian, orang tersebut membelanjakan uangnya untuk membeli pakaian serta bagaimana cara mengalokasikan waktu untuk melihat pakaian-pakaian yang ada. Fashion lifestyle memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh oleh M. Wisnu Nafiri (2018) dengan judul pengaruh brand import, harga, dan fashion life style thrift shop terhadap keputusan pembelian pakaian bekas branded pada mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember angkatan 2018. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel fashion lifestyle berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas branded pada mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember angkatan 2018, hal tersebut dibuktikan dengan hasil analisis uji t (parsial).

2. Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh variabel variasi produk terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa thitung sebesar $4,145 > ttabel$ sebesar $1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin variasi produk yang

disediakan di thrift shop produk thrift mampu mempengaruhi tingkat keputusan pembelian thrift.

Variasi produk merupakan suatu proses menciptakan suatu produk yang beraneka ragam baik dari segi ukuran, harga, ataupun tampilan. Pakaian bekas yang dijual pun berbagai macam jenisnya seperti sweater, hoodie, kemeja, kaos, celana, jaket, dan masih banyak lagi. Penjual harus mengembangkan variasi produk secara terus-menerus seiring dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen yang sewaktu-waktu dapat berubah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jessica Clara Lesmana dan Andy (2022) dengan judul pengaruh harga, variasi, & kualitas produk pada keputusan pembelian produk pakaian wanita melalui shopee (studi kasus di kota Tangerang). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel variasi produk atau keragaman produk secara parsial juga memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee.

3. Pengaruh product quality terhadap keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh variabel product quality terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa thitung sebesar $1,710 < ttabel$ sebesar $1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,090 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel product quality tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H3) ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Farisa Hasna Nadiya dan Susanti Wahyuningsih (2020) dengan judul pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian fashion 3second di marketplace. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Variabel kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai thitung $0,125 > ttabel$ $1,65882$ dengan tingkat signifikan $0,901$. Hasil ini dikarenakan kualitas produk thrift dapat di tolak jika produk tersebut mengalami kerusakan berat, sudah tua, atau tidak sesuai dengan apa yang di cari atau di butuhkan konsumen. Kualitas produk thrift bisa di pengaruhi oleh sejarah penggunaan, usia, kerusakan, perawatan, kualitas asli, dan sejalan dengan kebutuhan serta ekspektsai pribadi konsumen.

4. Pengaruh fashion lifestyle, variasi produk dan product quality terhadap keputusan pembelian

Dari hasil pengujian diperoleh nilai fhitung sebesar $21,787$ dengan nilai signifikan $0,000$. Karena nilai fhitung sebesar $21,787 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa fashion lifestyle, variasi produk dan product quality memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen.

Hasil uji Adjusted R square sebesar $0,405$. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian oleh

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

variabel fashion lifestyle, variasi produk, dan product quality sebesar 39%, sedangkan sisanya sebesar 61% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data yang terkumpul dari kuesioner yang telah disebarakan mengenai fashion lifestyle, variasi produk dan product quality terhadap keputusan pembelian thrift shop (toko pakaian bekas branded) di Kabupaten Kebumen. Maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel fashion lifestyle berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H1) diterima.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel variasi produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H2) diterima.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel product quality tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian atau dapat diartikan bahwa hipotesis (H3) ditolak.
4. Sesuai dengan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel fashion lifestyle, variasi produk dan product quality memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Afifurrahman, M., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Fashion Lifestyle Dan Self Image Terhadap Impulse Buying Pakaian Thrifthing Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).

Aisyah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift Online (Studi Kasus di Shopee) (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).

Andrew, M. (2019). E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 3(1), 23–38

Andriani, A. D., & Srihandayani, C. M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 194-207.

Andy, A. (2022). Pengaruh Harga, Variasi, & Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 489-498.

Aragoncillo, L., & Orus, C. (2018). Impulse buying behaviour: an online-offline comparative and the impact of social media. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*.

Astuti, R., Ardila, I. and Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Akmami: Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 2(2), pp. 204–219.

Chinen, K., & Endo, H. (2012). Effects of Attitude and Background on Students' Personal. No. *Journal of Management*, 29(2), 780–782. Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. Budapest Deepublish. 1st edn. Yogyakarta: Deepublish.

Dewi, A. R. K., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Thrift Shop Not Bad Secondhand. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(2).

Djarmiko, Tjahjono, dan Pradana, Rezza. (2016). Brand Image and Product Price : Its Impact for Ekonomi dan bisnis.

Fauziah, M. N., & Setiawan, H. (2022, October). Analisis Pengaruh Brand Image, Product Quality, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shopping Fashion di Instagram. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 4)*.

Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen*. 1st edn, Edisi ke 1. Jilid 1. Yogyakarta:

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Grunert, K. G., Sonntag, W. I., Glanz-Chanos, V., & Forum, S. (2018). Consumer interest in environmental impact, safety, health and animal welfare aspects of modern pig production: Results of a cross-national choice experiment. *Meat Science*, 137, 123–129.

International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 2(1), 472–481.

Kanserina, D. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1).

Kotler, Phillip & Keller. 2017. *Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian*. Edisi Ke-12 Terjemahan Hendra Teguh. Penerbit Andy. No.

Kotler, P dan K. L. Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Prenhalindo. Jakarta

Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift Shop (Toko Pakaian Bekas Branded) di Kabupaten Kebumen

- Kotler, Philip. (2016). Manajemen Pemasaran, Marketing manajemen analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol. Jilid dua, edisi 5. No. Prenhallindo. No.
- Li, dkk. 2011. Luxury Fashion Brand Consumer In Chine: Perceived Value, Fashion Lifestyle and Willingness to Pay. *Journal Of Business Research*, 65, 1516-1522
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 3)*.
- Malik, A. S., Jayanti, A., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baju Thrift Di Shabira Store Kabupaten Tulang Bawang: Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada baju Thrift di Shabira Store kabupaten Tulang Bawang. *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 95-102.
- Muharam, I. (2014). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Nafiri, W. (2023). Pengaruh Brand Import, Harga, Dan Fashion Life Style Thrift Shop Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Branded Pada Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember Angkatan 2018 (Doctoral dissertation, UIN KHAS Jember).
- Noor, A. F. (2023, Maret 13). Menkop: bisnis thrifting rugikan pelaku UMKM.
- Perdana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek (brand Image) terhadap keputusan pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Pina Lailiya Ari Febriani. (2017). Pengaruh Harga, Store Atmosphere, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Donut J.CO Suncity Madiun.
- Rismalasari, Slamet, A. R., & Hatneny, A. I. (2016). Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Kualitas Produk Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Three Second Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 9(7), 1–16.
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, 2(3), 228-233.
- Rosnaini Daga. 2017. Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. *Makasar; Global-RCI*.
- Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Journal of Social and Behavioral Science*.
- SARI, P. P., & Wiyono, A. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift Pada Masyarakat Solo Raya (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Silalahi, R. Y. B., & Susantri, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Tempat dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Seken Aviari. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan No.)*, 2, 83-94.
- Sugiyono dan Setiyawami. 2022. *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif dan Studi Kasus*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. No.: Andi Offset
- TIMU, V. C. (2020). Pengaruh Marketing Online dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Mahasiswa Malangkecewara (Doctoral dissertation, STIE Malangkecewara).
- Tjiptono and Fandy, *Strategi Pemasaran*. 2015.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Andy Offset.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wijaya, A., Fathurrohman, Y. E., Sisca, Mathory, E. A. S., Ernanda, R., Purnomo, Y. J., Hutabarat, M. L. P., Nugroho, A., Wardhana, M. A., Purba, B., Sugiarto, M., Simarmata, H. M. P., Simanjuntak, M., Fitrianingrum, A., & Hendra. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi* (R. Watrianthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Yusuf, A. (2021). *The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase*