

HALAMAN MOTTO

“Hidup bukan untuk saling mendahului”

-Hindia, Natasha Udu, Kamga-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Terima kasih atas seluruh pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya atas do'a dan dukungan baik secara moril maupun materil demi keberhasilan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Diri saya sendiri yang telah bertahan sampai proses penyusunan skripsi ini selesai.
4. Sahabat seperjuangan yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

ABSTRAK

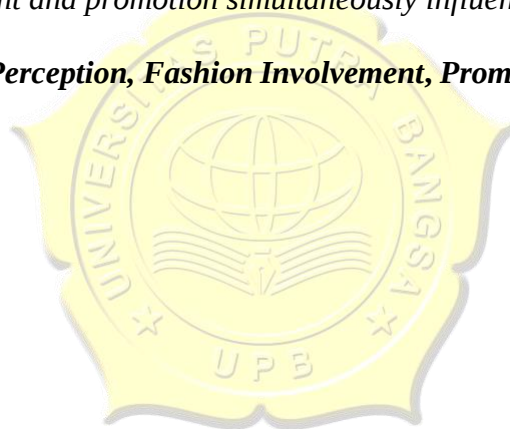
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *price perception*, *fashion involvement* dan *promotion* terhadap *purchase decision* pakaian bekas atau *thrift* impor di kabupaten Kebumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *price perception*, *fashion involvement* dan *promotion* terhadap *purchase decision* pakaian bekas atau *thrift* impor di kabupaten Kebumen baik secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu masyarakat di kabupaten Kebumen yang pernah melakukan pembelian pakaian *thrift* secara *online* minimal sebanyak 1 kali dan telah berusia di atas 17 tahun dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner/ angket. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi. Data dianalisis dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics for windows versi 22*. Hasil analisis membuktikan bahwa *price perception* secara parsial berpengaruh terhadap *purchase decision*, *fashion involvement* secara parsial berpengaruh terhadap *purchase decision* dan *promotion* secara parsial berpengaruh terhadap *purchase decision*. Sementara, *price perception*, *fashion involvement* dan *promotion* secara simultan berpengaruh terhadap *purchase decision*.

Kata kunci: *Price Perception, Fashion Involvement, Promotion dan Purchase Decision*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, fashion involvement and promotion on the purchase decision of used clothing or imported thrift in Kebumen district. The purpose of this study is to determine how much influence price perception, fashion involvement and promotion have on the purchase decision of used clothing or imported thrift in Kebumen district, both partially and simultaneously. The sample data taken in this study were people in Kebumen district who had purchased thrift clothing online at least once and were over 17 years old with a total of 100 respondents. The instrument or data collection tool in this study used a questionnaire. The data analysis tool used in this study was multiple linear analysis. Data analysis techniques used include validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test, multiple linear regression analysis, T test, F test and coefficient of determination. The data were analyzed using IBM SPSS Statistics for Windows version 22. The results of the analysis prove that price perception partially influences purchase decision, fashion involvement partially influences purchase decision and promotion partially influences purchase decision. Meanwhile, price perception, fashion involvement and promotion simultaneously influence purchase decision.

Keywords: Price Perception, Fashion Involvement, Promotion dan Purchase Decision



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya, sehingga dengan penolong-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Price Perception*, *Fashion Involvement* dan *Promotion* Terhadap *Purchase Decision* Pakaian Bekas Atau *Thrift* Impor di Kabupaten Kebumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat selama di bangku kuliah dengan kehidupan nyata khususnya dalam bidang ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki karena masih terbatasnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan karya penulis di masa mendatang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan baik fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas Akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi penulis.
3. Seluruh responden pakaian *thrift* impor di kabupaten Kebumen yang telah meluangkan waktu dan ketersediaanya untuk memberikan data kepada peneliti guna kepentingan penulisan skripsi.
4. Ibu penulis yang telah memberikan dukungan baik berupa materi maupun moril serta kedua kakak penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
5. Teman-teman MJRC dan juga teman-teman terdekat penulis yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi.

Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan skripsi penulis. Penulis berharap agar hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 27 Maret 2025

Penulis,

Nurhayati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	14
BAB II	16

KAJIAN PUSTAKA	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. <i>Purchase Decision</i>	16
2.1.2. <i>Price Perception</i>	24
2.1.3. <i>Fashion Involvement</i>	29
2.1.4. <i>Promotion</i>	33
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Hubungan Antar Variabel	44
2.4. Model Empiris	47
2.5. Hipotesis	47
BAB III.....	49
METODE PENELITIAN	49
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	49
3.2. Variabel Penelitian.....	49
3.3. Definisi Operasional Variabel	50
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	56
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	58
3.6. Populasi dan Sampel.....	60
3.7. Teknik Analisis.....	62
BAB IV.....	72
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	72
4.1. Analisis Deskriptif	72
4.2. Analisis Statistik	76
4.3. Pembahasan	90
BAB V.....	94

SIMPULAN.....	94
5.1. Simpulan	94
5.2. Keterbatasan.....	95
5.3. Implikasi	95
5.3.1 Implikasi Praktis.....	96
5.3.2 Implikasi Teoritis	97
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	106



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data statistik impor pakaian bekas tahun 2018 – 2022 di Indonesia.....	4
Tabel I-2 Akun instagram toko yang menjual <i>thrift</i> di Kabupaten Kebumen	5
Tabel I-3 Hasil observasi keputusan pembelian	8
Tabel II-1 Hasil-hasil ringkasan penelitian terdahulu	42
Tabel III-1 Indikator <i>Purchase Decision</i> pada kuesioner.....	52
Tabel III-2 Indikator <i>Price Perception</i> pada kuesioner.....	53
Tabel III-3 Indikator <i>Brand Image</i> pada kuesioner	54
Tabel III-4 Indikator <i>Product Quality</i> pada kuesioner	56
Tabel IV – 1 Klasifikasi responden berdasarkan domisili.....	73
Tabel IV – 2 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin	74
Tabel IV – 3 Klasifikasi responden berdasarkan usia	75
Tabel IV – 4 Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan	76
Tabel IV – 5 Uji validitas <i>price perception</i>	78
Tabel IV – 6 Uji validitas <i>fashion involvement</i>	78
Tabel IV – 7 Uji validitas <i>promotion</i>	79
Tabel IV – 8 Uji validitas <i>purchase decision</i>	79
Tabel IV – 9 Uji reliabilitas variabel.....	80
Tabel IV – 10 Hasil uji multikolinieritas	81
Tabel IV – 11 Hasil analisis linier berganda	84
Tabel IV – 12 Hasil uji parsial (uji T).....	87
Tabel IV – 13 Uji simultan (uji F).....	89
Tabel IV – 14 Hasil regresi koefisien determinasi	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Tahap Pengambilan <i>Purchase Decision</i>	23
Gambar II-2 Model Empiris	47
Gambar IV – 1 Hasil uji heteroskedastisitas.....	82
Gambar IV – 2 Hasil uji normalitas.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner penelitian	107
Lampiran 2 – Data responden.....	111
Lampiran 3 – Tabulasi data jawaban responden	116
Lampiran 4 – Hasil uji validitas	128
a. Variabel <i>price perception</i>	128
b. Variabel <i>fashion involvement</i>	129
c. Variabel <i>promotion</i>	130
d. Variabel <i>purchase decision</i>	131
Lampiran 5 – Hasil uji reliabilitas	132
a. Variabel <i>price perception</i>	132
b. Variabel <i>fashion involvement</i>	132
c. Variabel <i>promotion</i>	132
d. Variabel <i>purchase decision</i>	132
Lampiran 6 – Hasil uji asumsi klasik	133
a. Uji multikolinieritas	133
b. Uji heteroskedastisitas.....	133
c. Uji normalitas.....	134
Lampiran 7 – Hasil uji analisis regresi linier berganda	135
Lampiran 8 – Hasil uji hipotesis.....	136
a. Uji parsial (uji T).....	136
b. Uji simultan (uji F)	136
c. Koefisien determinasi.....	136
Lampiran 9 – Tabel r.....	137
Lampiran 10 – Tabel t	140
Lampiran 11 – Tabel f.....	143
Lampiran 12 – Kartu bimbingan skripsi.....	146
Lampiran 13 – Kartu kehadiran seminar proposal	147