

HALAMAN MOTTO

"It does not matter how slowly you go as long as you do not stop."

– Confucius



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mempersembahkan sebagai tanda terima kasih kepada:

1. Kepada dua orang tua saya tercinta, Bapak Slamet Sarwono dan Ibu Sukarti yang selalu memberikan dukungan moral maupun material, kasih sayang tanpa henti dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Kepada adik saya tersayang, Wahyu Locita Lituhayu yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang meskipun seringkali tak diungkapkan dengan kata-kata.
3. Keluarga besar saya yang senantiasa mengingatkan, mendoakan, memberikan semangat baik secara verbal maupun nonverbal.
4. Sepupu perempuan saya tersayang, yang telah menjadi partner cerita dalam berbagai keadaan dan selalu mendorong saya supaya terselesaikannya skripsi ini.
5. Teruntuk teman-teman dekat saya di lingkungan perkuliahan maupun di luar perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih sudah mau berbagi cerita, mendengar, dan menjadi partner dalam berbagai situasi dan kondisi. Terima kasih telah membersamai penulis dalam menjalani masa-sama kuliah hingga penyusunan skripsi.
6. Terakhir untuk diri saya sendiri, terima kasih sudah mau tumbuh, belajar dan berproses sampai di titik ini.

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *trand fashion*, *brand awareness* dan *price discount* terhadap keputusan pembelian tas Jims Honey. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang pernah melakukan pembelian tas pada akun *official* Jims Honey di Shopee. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert dan dianalisis menggunakan SPSS *for windows* versi 25.0. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji f dan koefisiensi determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trend fashion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan *price discount* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, variabel *trend fashion*, *brand awareness*, dan *price discount* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

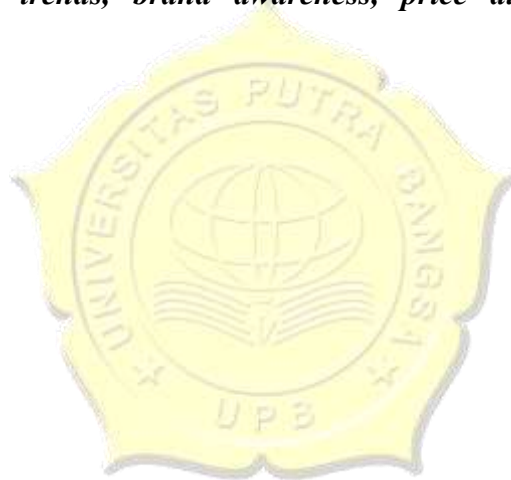
Kata kunci: *trend fashion*, *brand awareness*, *price discount*, *keputusan pembelian*.



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of fashion trends, brand awareness and price discounts on purchasing decisions for Jims Honey bags. This type of research uses a quantitative approach with a purposive sampling method with a total of 100 respondents who have purchased bags on the official Jims Honey account on Shopee. Data were collected using a questionnaire with a Likert scale and analyzed using SPSS for Windows version 25.0. The analysis techniques used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, t test, f test and coefficient of determination. The results showed that fashion trends influenced purchasing decisions, brand awareness influenced purchasing decisions and price discounts did not influence purchasing decisions. In addition, the variables fashion trends, brand awareness, and price discounts simultaneously influenced purchasing decisions.

Keywords: *fashion trends, brand awareness, price discounts, purchasing decisions.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trend Fashion, Brand Awareness*, dan *Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Tas Jims Honey di Shopee (Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen).

Skripsi ini disusun sebagai salah satu bentuk tugas agar untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur untuk keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan pada bangku kuliah dengan realitas kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur. Namun, penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, ini semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

3. Ibu Feby Evelyn, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Slamet Sarwono dan Ibu Sukarti sebagai wujud tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diberikan kepada saya serta atas rasa kasih dan sayang yang telah diberikan, memberikan dukungan moral maupun material, dan selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
6. Adik saya tersayang, Wahyu Locita Lituhayu yang selalu memberikan semangat dan doa selama ini sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-teman dan sahabat saya yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan kerjasama dalam penyusunan skripsi.
8. Semua responden yang telah berpartisipasi kepada penulis untuk data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kebumen, 12 Agustus 2025

Penulis,



Sekar Puja Yuwana

NIM. 215504593

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori	19
2.1.1. <i>Grand Theory</i>	19
2.1.2. Keputusan Pembelian	20
2.1.3. <i>Trend Fashion</i>	24
2.1.4. <i>Brand Awareness</i>	28
2.1.5. <i>Price Discount</i>	32

2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1 Hubungan Variabel <i>Trend Fashion</i> Dengan Keputusan Pembelian	41
2.3.2 Hubungan Variabel <i>Brand Awareness</i> dengan Keputusan Pembelian	42
2.3.3 Hubungan Variabel <i>Price Discount</i> dengan Keputusan Pembelian	43
2.4. Model Empiris.....	44
2.5. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	46
3.1.1 Objek Penelitian	46
3.1.2 Subjek Penelitian.....	46
3.2. Variabel Penelitian	46
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	50
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	53
3.6. Populasi dan Sampel	54
3.6.1 Populasi	54
3.6.2 Sampel	54
3.7. Teknik Analisis	56
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2 Analisis Kuantitatif dan Analisis Statistik.....	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	67
4.2 Analisis Deskriptif.....	68

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	70
4.3	Analisis Statistik.....	71
4.3.1	Uji Validitas.....	71
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	74
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	75
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda	78
4.3.5	Uji Hipotesis.....	80
4.4	Pembahasan.....	85
4.4.1	Pengaruh <i>Trend Fashion</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.4.3	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian	87
4.4.4	Pengaruh <i>Trend Fashion, Brand Awareness, dan Price Discount</i> terhadap Keputusan Pembelian	88
BAB V SIMPULAN		89
5.1	Simpulan.....	89
5.2	Keterbatasan	90
5.3	Implikasi.....	90
5.3.1	Implikasi Praktis	90
5.3.2	Implikasi Teoritis.....	92
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		99

DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 10 Kategori Produk dengan Nilai Total Belanja Terbesar di <i>E-Commerce</i> Indonesia	2
Tabel I - 2 Merek Tas Jims Honey	4
Tabel I - 3 Observasi Saluran Pembelian Tas Jims Honey	7
Tabel I - 4 Data Penjualan Tas Jims Honey pada <i>Marketplace</i>	8
Tabel I - 5 Hasil Observasi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel III - 1 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y) pada Kuesioner	48
Tabel III - 2 Distribusi Indikator <i>Trend Fashion</i> (X1) pada Kuesioner	48
Tabel III - 3 Distribusi Indikator <i>Brand Awareness</i> (X2) pada Kuesioner	49
Tabel III - 4 Distribusi Indikator <i>Price Discount</i> (X3) pada Kuesioner	50
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	70
Tabel IV - 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trend Fashion</i>	72
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	72
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Discount</i>	73
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	73
Tabel IV - 8 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel IV - 9 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel IV - 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	79
Tabel IV - 11 Hasil Uji t	82
Tabel IV - 12 Hasil Uji Simultan (Uji f)	84
Tabel IV - 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar I – 1 Perbandingan Minat Tas di Google Trends	4
Gambar II - 1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar II - 2 Model Empiris	44
Gambar IV - 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Gambar IV - 2 Hasil Uji Normalis	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	100
Lampiran II Data Identitas Responden	104
Lampiran III Tabulasi Data Kuesioner	107
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	112
Lampiran V Hasil Uji Reliabilitas.....	115
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	116
Lampiran VII Uji Analisis Regresi Linear Berganda	118
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis.....	119
Lampiran IX Tabel r.....	120
Lampiran X Tabel t	123
Lampiran XI Tabel t.....	127
Lampiran XII Kartu Bimbingan Skripsi	131
Lampiran XIII Kartu Seminar Proposal Skripsi.....	132

