

ABSTRAK

SITI AISYAH. 2022. PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THRIFT ONLINE* (STUDI KASUS DI SHOPEE)

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena yang terjadi pada saat ini yaitu meningkatnya tren pembelian produk *thrift* secara *online* di *marketplace*, salah satunya di Shopee. Hal ini dikarenakan produk *thrift* memiliki desain yang unik, merek ternama yang berasal dari luar negeri dan dijual dengan harga yang murah. Meski begitu, kegiatan *thrifting* ini memiliki risiko terhadap kebersihan dan kesehatan dimana terdapat bakteri dan jamur. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk *thrift online* di *marketplace* Shopee.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi yang digunakan adalah orang-orang muslim yang pernah membeli produk *thrift* secara *online* di *marketplace* Shopee. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil berdasarkan Rumus Hair et al dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisa data dan uji hipotesis yang digunakan: koefisien korelasi sederhana dan berganda, regresi linear sederhana dan berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t serta uji F.

Hasil Analisa data diperoleh: 1) H_{a1} : uji koefisien korelasi sederhana sebesar 0,672, regresi linear sederhana yaitu $Y = 15,267 + 0,504X_1$, R-square 45,2%, uji t berada pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. 2) H_{a2} : uji koefisien korelasi sederhana sebesar 0,590, regresi linear sederhana $Y = 24,615 + 0,740X_2$, 0,348, R-square 34,8%, uji t hitung berada pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. 3) H_{a3} : uji koefisien korelasi sederhana sebesar 0,666, regresi linear sederhana $Y = 21,640 + 0,712X_3$, R-square 44,4 %, uji t berada pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. 4) H_{a4} : uji koefisien korelasi berganda sebesar 0,750, regresi linear berganda $Y = 13,230 + 0,213X_1 + 0,299X_2 + 0,370X_3$, R-square 56,2%, uji F berada pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1), Gaya Hidup (X_2) dan Kepercayaan Konsumen (X_3) secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *thrift online* di Marketplace Shopee. Sehingga H_a **diterima** dan H_0 **ditolak**.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Gaya Hidup, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, Produk *Thrift*

ABSTRACT

SITI AISYAH. 2022. THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LIFESTYLE AND CONSUMER TRUST ON THE PURCHASE DECISION OF THRIFT PRODUCT ONLINE (CASE STUDY AT SHOPEE)

This research is based on the phenomenon that occurs nowadays, namely the increasing trend of buying thrift products online in the marketplace, one of them is in Shopee. This is because thrift products have a unique design, well-known brands originating from abroad are sold with low prices. However, this thrifting activity has many risks of hygiene and health of the products, perhaps it contains bacteria and fungi. The purpose of this study is to find out the influence of product quality, lifestyle and consumer trust in the decision to buy thrift products online at Shopee marketplace.

This research uses quantitative descriptive methods. Data collection techniques through questionnaires. The population used is Muslims who have bought thrift products online on the Shopee marketplace. The sample in this study amounted to 100 respondents taken based on the Hair et al Formula with sampling techniques using purposive sampling methods. Data analysis and hypothesis tests used: simple and multiple correlation coefficients, simple and multiple linear regressions, determination coefficients (R^2), t tests and F tests.

Data analysis results obtained: 1) H_{a1} : simple correlation coefficient of 0.672, simple linear regression $Y = 15,267 + 0,504X_1$, R-square 45,2%, t-test has a significance level of $0,000 < 0,05$. 2) H_{a2} : simple correlation coefficient of 0.590, simple linear regression $Y = 24,615 + 0,740X_2$, R-square 34,8%, t test has a significance level of $0,000 < 0,05$. 3) H_{a3} : simple correlation coefficient of 0,666, simple linear regression $Y = 21,640 + 0,712X_3$, R-square 44,4 %, t-test has a significance level of $0,000 < 0,05$. 4) H_{a4} : multiple correlation coefficient test of 0,750, multiple linear regression $Y = 13,230 + 0,213 X_1 + 0,299 X_2 + 0,370 X_3$, R-square 56,2%, F test has a significance level of $0,000 < 0,05$.

The conclusion of the results of this study is product quality (X_1), lifestyle (X_2) and consumer confidence (X_3) partially and simultaneously significantly affect the purchase decision (Y) of online thrift products in the Shopee Marketplace. So H_a is **accepted** and H_0 is **rejected**.

Keywords: Product Quality, Lifestyle, Consumer Trust, Purchasing Decisions, Thrift Products