

**PENGARUH HARGA, PRODUK, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (*THRIFTING*) DI
INSTAGRAM PADA MAHASISWA STIE MALANGKUCECWARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh:

ALVIN LIONARDI

NPK : K.2019.1.34920

Jurusan : Manajemen

Program studi : Manajemen Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUCECWARA

MALANG

2023

**PENGARUH HARGA, PRODUK, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (*THRIFTING*) DI
INSTAGRAM PADA MAHASISWA STIE MALANGKUCECWARA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh:

ALVIN LIONARDI

NPK : K.2019.1.34920
Jurusan : Manajemen
Program studi : Manajemen Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA
MALANG

2023

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PRODUK, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN BEKAS (THRIFTING) PADA MAHASISWA STIE MALANGKUCECWARA

Oleh :

ALVIN LIONARDI

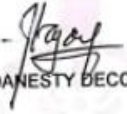
K.2019.1.34920

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

11 Agustus 2023 dan dinyatakan LULUS

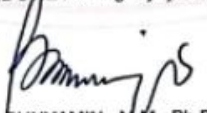
Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Dra. DWI DANESTY BECCASARI, MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkucecwara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, *16 Juli 19*



Mahasiswa

Amin Kurnandi

NPK: *...K.100.1.34920*

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dra. Dwi Danesty Deccasari, MM
NIK : 202.710.209

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Alvin Lionardi
NPK : K.2019.1.34920
Program Studi : Managemen
Alamat :
No HP :
E-mail : Alvinlionardi1703@gmail.com

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçeçwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: Mahasiswa/i STIE Malangkuçeçwara

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

"PENGARUH HARGA, PRODUK, TEMPAT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (THRIFTING) PADA MAHASISWA STIE MALANGKUÇEÇWARA"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 26 Juli 2023
Dosen pembimbing skripsi,



(Dra. Dwi Danesty Deccasari, MM)
NIK. 202.710.209

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena berkatnya yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua yang selalu memberikan dukungan berupa materi dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakak saya Angelia Lionardi yang selalu mendukung perkuliahan saya dari awal hingga selesai.
4. Bapak Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua STIE Malangkececwara.
5. Ibu Dra. Lindananty, MM selaku ketua program studi manajemen.
6. Ibu Dra. Dwi Danesty Deccasary, MM selaku dosen pembimbing.
7. Bapak Drs. Marli, MM, selaku dosen wali.
8. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada para sahabat saat menyelesaikan perkuliahan khususnya Daped, Billion, Palgoena, dan Novantiono yang telah memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Fiona Akika Santoso yang selalu menemani, membantu, mendukung dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu selesainya pembuatan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Malang, 26 Juli 2023
Penulis,



Alvin Lionardi

ABSTRAK

Kemajuan komunikasi zaman modern di era globalisasi sekarang mencerminkan betapa pentingnya teknologi komunikasi dalam kehidupan manusia saat ini. Seiring dengan kemajuan teknologi, kemampuan manusia untuk berkomunikasi telah berkembang dengan pesat. Teknologi komunikasi modern memungkinkan orang untuk berkomunikasi dalam skala global dengan cara yang lebih cepat, mudah dan efisien daripada sebelumnya. Penelitian meneliti salah satu platform media sosial yaitu Instagram untuk berbisnis yang dapat digunakan untuk melakukan bisnis *thrifting* pakaian bekas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, produk, tempat dan promosi pakaian bekas (*thrifting*) di Instagram terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIE Malangkecewara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 40 mahasiswa yang aktif di angkatan 2020 STIE Malangkecewara menggunakan aplikasi Instagram. Populasi penelitian terdiri dari 197 siswa laki-laki dan perempuan, dan sampel dipilih secara acak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, produk, tempat, dan promosi merupakan faktor parsial dan simultan dalam keputusan pembelian. Studi tersebut menunjukkan bahwa calon perusahaan dan peneliti mempertimbangkan faktor-faktor ini saat membuat keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga; Produk; Tempat; Promosi; Instagram; Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The advancement in communication technology in the modern era of globalization have highlighted the significance of communication technology in human life today. With the rapid progress of technology, human communication abilities have evolved tremendously. Modern communication technology enables people to communicate on a global scale in a faster, easier, and more efficient manner than ever before. This research examines one of the social media platforms, Instagram, for business purposes, specifically its use for thrift clothing businesses. The aim of this study is to determine the influence of price, product, place, and promotion of thrift clothing on Instagram towards the purchase decisions of STIE Malangkececwara students. This research employs a quantitative descriptive method with a sample size of 40 students from the 2020 cohort at STIE Malangkececwara, who actively use the Instagram application. The research population comprises 197 male and female students, and the sample was selected randomly. The study's findings reveal that price, product, place, and promotion are partial and simultaneous factors influencing purchase decisions. The study indicates that prospective companies and researchers take these factors into consideration when making purchase decisions.

Keywords: Price; Product; Place; Promotion; Instagram; Buying decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa karena oleh kelimpahan berkat dan rahmatnya telah memberi penyertaan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul: Pengaruh Harga, Produk, Tempat dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (*Thrifting*) di Instagram pada Mahasiswa STIE Malangkececwara.

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan pokok pembahasan tulisan tentang: variabel harga, produk, tempat, promosi dan keputusan pembelian.

Peneliti sangat menyadari akan beberapa kekurangan dan keterbatasan yang dialami selama penelitian ini. Maka dari itu, peneliti sangat mengharapkan adanya saran yang membangun untuk penelitian berikutnya.

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1.1 Harga.....	7
2.1.2 Produk.....	9
2.1.3 Tempat	10
2.1.4 Promosi	10
2.1.5 Analisis Hubungan antara Variabel Bebas dan Terikat	11
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.3 Model Konseptual Penelitian	19
2.4 Pengembangan Hipotesis	19
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi.....	22
3.2.2 Sampel	22
3.3 Obyek dan Sumber Data Penelitian.....	23
3.4 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran.....	24
3.5 Metode Pengumpulan Data	30
3.6 Analisis Data	31
3.7 Uji Asumsi Klasik	33
3.8 Uji Pengaruh.....	35
3.9 Uji Hipotesis.....	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	38
4.2 Analisis Deskriptif.....	44
4.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.4 Pengujian Model dan Hipotesis.....	52
4.5 Pembahasan	58
BAB V	63
PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian	64

5.3 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN 1	68
INSTRUMEN PENELITIAN	68
LAMPIRAN 2	72
HASIL UJI ASUMSI DAN REGRESI.....	72
LAMPIRAN 3	78
HASIL VALIDITAS.....	78
LAMPIRAN 4	85
DATA.....	85
LAMPIRAN 5	92
FREKUENSI SEBARAN SKOR	92
LAMPIRAN 6.....	93
TABEL STATISTIK.....	93