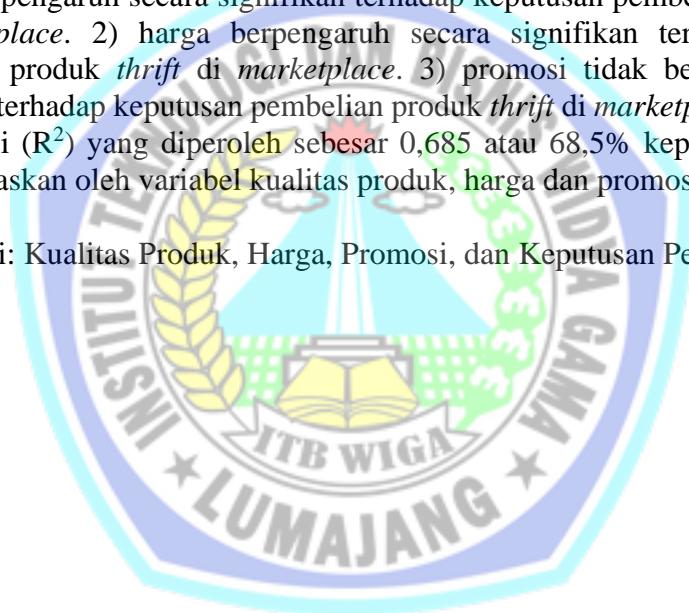


ABSTRAK

Thrifting diambil dari kata *thrift* yang berarti barang bekas. *Thrift* merupakan barang bekas yang sudah tidak terpakai namun masih memiliki nilai dan kondisi barang masih layak untuk dipakai dan layak jual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *thrifting* di *marketplace* (studi kasus mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini banyaknya responden yang digunakan adalah 40 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang angkatan 2019 dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian sebagai berikut: 1) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *thrift* di *marketplace*. 2) harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *thrift* di *marketplace*. 3) promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *thrift* di *marketplace*. 4) koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,685 atau 68,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan promosi.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Thrifting is taken from the word thrif which means used goods. Thrif is used goods that are no longer used but still have value and the condition of the goods is still suitable for use and worth selling. This study aims to determine how much influence product quality, price and promotion have on thrifting purchasing decisions in the marketplace (a case study of students at the Widya Gama Lumajang Institute of Technology and Business). The research method used in this research is quantitative. Data was collected by distributing questionnaires, and in this study the number of respondents used was 40 respondents. The population in this study were students of the Widya Gama Lumajang Institute of Technology and Business class of 2019 and the sampling technique used was a purposive sampling technique. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis techniques. The results of the study are as follows: 1) product quality has a significant effect on the decision to purchase thrift products in the marketplace. 2) price has a significant effect on the decision to purchase thrift products in the marketplace. 3) promotion does not significantly influence the decision to purchase thrift products in the marketplace. 4) the coefficient of determination (R²) obtained is 0.685 or 68.5% purchasing decisions can be explained by the variables of product quality, price and promotion.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, and Purchase Decision

