

## PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PAKAIAN THRIFTING LOKAL DI LIVE STREAMING TIKTOK

Della Puspita Sari<sup>1</sup>, Ratna Ekasari<sup>2</sup>, Mukti Ali<sup>3</sup>  
[della\\_puspita\\_sari@student.umaha.ac.id](mailto:della_puspita_sari@student.umaha.ac.id)<sup>1</sup>, [ratna\\_ekasari@dosen.umaha.ac.id](mailto:ratna_ekasari@dosen.umaha.ac.id)<sup>2</sup>,  
[mukti\\_ali@dosen.umaha.ac.id](mailto:mukti_ali@dosen.umaha.ac.id)<sup>3</sup>  
Universitas Maarif Hasyim Latif

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada pakaian thrifting local yang dipasarkan melalui live streaming tiktok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan kriteria sample yang ditentukan yaitu konsumen yang pernah membeli lebih dari 3 kali pakaian thrifting local di live streaming tiktok. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini ada 97 responden. Data yang dikumpulkan diolah menggunakan program Statistical Product and Service Solutions atau SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap serta berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

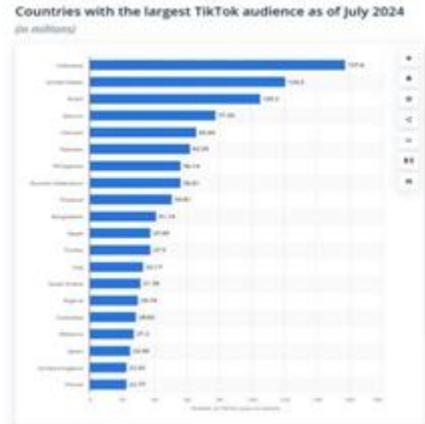
### ABSTRACT

*Abstrak This study aims to analyze the influence of lifestyle, product quality, and price perception on purchasing decisions for local thrifting clothing marketed through TikTok live streaming. This study used a quantitative method, with the specified sample criteria being consumers who had purchased local thrifting clothing more than three times on TikTok live streaming. The number of respondents used in this study was 97 respondents. The collected data was processed using the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) program. The results showed that lifestyle, product quality, and price perception had a positive and simultaneous influence on purchasing decisions.*

**Keywords:** Lifestyle, Product Quality, Price Perception, Purchasing Decisions.

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah pola konsumsi masyarakat dalam berbelanja online. TikTok sebagai platform media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2024 menjadi salah satu media utama dalam pemasaran produk melalui fitur live streaming. Fenomena thrifting atau pembelian pakaian bekas semakin digemari karena dinilai lebih ramah lingkungan, unik, dan terjangkau. Namun, keputusan konsumen dalam membeli produk thrifting dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengkaji sejauh mana gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga memengaruhi keputusan pembelian pakaian thrifting lokal di TikTok.



Gambar 1 Data Negara Pengguna Tiktok Terbesar tahun 2024

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang digunakan untuk kegiatan pemasaran (Al, 2022). Aplikasi ini mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia pada tahun 2024 dengan pengguna mencapai 157,6 juta pengguna pada Juli 2024. Selain itu, cara berpromosi di media social Tiktok juga berbeda dengan media social lainnya yakni menggunakan siaran langsung (live streaming) untuk menarik konsumen berinteraksi secara langsung.

## METODE PENELITIAN

### Objek, Populasi, dan Sample

Penelitian ini berfokus pada fenomena thrifting lokal yang berkembang pesat di platform live streaming tiktok. Objek penelitian atau responden pada penelitian ini adalah konsumen pembelian thrifting lokal pada live streaming tiktok yang berjumlah 97 orang, dengan kriteria pembelian selama 3 kali.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Nasser dalam (Listiani, 2023) menjelaskan bahwa tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menganalisis data numerik yang telah mengalami pengolahan statistik. Tipe data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara: observasi, dan kuesioner

### Analisis Data

Merupakan suatu metode analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistic khusus. Data kuantitatif harus dikelompokkan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel yang ditentukan untuk mempermudah analisis program SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Tabel 3 Uji Validitas X1

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.839	0.1680	Valid
X1.2	0.792	0.1680	Valid
X1.3	0.842	0.1680	Valid

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa seluruh pernyataan pada variable Gaya Hidup (X1) adalah valid. Adapun hasil uji validitas pada variable pada variable kualitas produk sebagai berikut :

Tabel 4 Uji Validitas X2

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0.766	0.1680	Valid
X2.2	0.674	0.1680	Valid
X2.3	0.728	0.1680	Valid
X2.4	0.732	0.1680	Valid
X2.5	0.736	0.1680	Valid
X2.6	0.726	0.1680	Valid

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa seluruh pernyataan pada variable Kualitas Produk (X2) adalah valid. Adapun hasil uji validitas pada variable persepsi harga sebagai berikut :

Tabel 5 Uji Validitas X3

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0.790	0.1680	Valid
X3.2	0.729	0.1680	Valid
X3.3	0.718	0.1680	Valid
X3.4	0.733	0.1680	Valid

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa seluruh pernyataan pada variable Persepsi Harga (X3) adalah valid. Adapun hasil uji validitas pada variable keputusan pembelian sebagai berikut :

Tabel 6 Uji Validitas X6

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0.762	0.1680	Valid
Y1.2	0.709	0.1680	Valid
Y1.3	0.740	0.1680	Valid
Y1.4	0.756	0.1680	Valid
Y1.5	0.772	0.1680	Valid

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa seluruh pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Tabel 7 Uji Reliabilitas X1

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.765	Reliabel

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha pada Variabel X1 dengan 3 pernyataan adalah  $0.765 > 0.6$ . Maka dari itu, diputuskan bahwa pernyataan untuk variabel X1 reliabel atau konsisten. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas untuk Variabel Kualitas Produk (X2) adalah sebagai berikut :

Tabel 8 Uji Reliabilitas X2

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.822	Reliabel

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha pada Variabel X2 dengan 6 pernyataan adalah  $0.822 > 0.6$ . Maka dari itu, diputuskan bahwa pernyataan untuk variabel X2 reliabel atau konsisten. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas untuk Variabel Persepsi Harga (X3) adalah sebagai berikut :

Tabel 9 Uji Reliabilitas X3

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.727	Reliabel

Berdasarkan tabel 9 diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha pada Variabel X3 dengan 4 pernyataan adalah  $0.727 > 0.6$ . Maka dari itu, diputuskan bahwa pernyataan untuk variabel X3 reliabel atau konsisten. Selanjutnya, hasil uji reliabilities untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebagai berikut :

Tabel 10 Uji Reliabilitas Y

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.802	Reliabel

Berdasarkan tabel 10 diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha variabel Y dengan 5 Pernyataan adalah  $0.802 > 0.6$ . Maka dari itu, diputuskan bahwa pernyataan Variabel Y adalah reliabel atau konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dilanjutkan.

### Uji Normalitas Data

Tabel 11 Normalitas Kolmogrov-smirnov Test

Asymp. Sign. (2-Tailed)	Signifikansi	Keterangan
0.74	$>0.05$	Terdistribusi Normal

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada uji normalitas adalah  $0.74 > 0.05$ . Maka dari itu, data pada penelitian dinyatakan telah terdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 12 Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Gaya Hidup	0.274	3.655
Kualitas Produk	0.296	3.374

Persepsi Harga	0.382	2.616
----------------	-------	-------

Tabel 12 menunjukkan variabel Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga nilai VIF <10 serta nilai tolerance >0.1. Hal ini Gaya Hidup, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian membuktikan bahwa variabel memiliki gejala multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 13 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Signifikansi yang disyaratkan	Keterangan
Gaya Hidup	0.220	>0.05	Bebas Heteroskedastisitas
Kualitas Produk	0.440	>0.05	Bebas Heteroskedastisitas
Persepsi Harga	0.632	>0.05	Bebas Heteroskedastisitas

Tabel 13 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga memiliki nilai signifikansi > 0.05 pada uji glejser. Hal ini membuktikan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas pada penelitian.

### Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 14 Regresi Linier Berganda

Variabel	B
Constant	2.860
Gaya Hidup	.447
Kualitas Produk	.163
Persepsi Harga	.458

Tabel 14 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2.860 + 0.447X_1 + 0.163X_2 + 0.458X_3$$

1. Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 2.860 yang menyatakan jika variabel X1, X2, X3 sama dengan nol yaitu Gaya hidup, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga, maka Keputusan Pembelian adalah 2.860.
2. Koefisien X1 sebesar 0.447 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Gaya Hidup) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat 0.448 (44%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan maka akan menurun sebesar 0.447 (44%).
3. Koefisien X2 sebesar 0.163 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X2 (Kualitas Produk) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat 0.163 (16%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan maka akan menurun sebesar 0.163 (16%).
4. Koefisien X3 sebesar 0.458 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X3 (Persepsi harga) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat 0.458 (45%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan maka akan menurun sebesar 0.458 (45%).

## Uji Parsial (Uji t)

Tabel 15 Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.
Gaya Hidup	3.095	1.986	.003
Kualitas Produk	2.002	1.986	.048
Persepsi Harga	4.326	1.986	.000

Tabel 15 menunjukkan beberapa hal, sebagai berikut :

1. Variabel gaya hidup (x1) memiliki nilai signifikan  $0.003 < 0.05$  sehingga dapat diputuskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Nilai t yang positif menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan yang searah dengan keputusan pembelian. Selain itu, nilai t hitung pada variabel ini adalah 3.095 dimana lebih tinggi daripada nilai t tabel yang sebesar 1.986. Maka dari itu keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, gaya hidup memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian.
2. Variabel kualitas produk (X2) memiliki signifikansi  $0.048 < 0.05$  sehingga dapat diputuskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Nilai t yang positif menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang searah dengan keputusan pembelian. Selain itu, nilai t hitung pada variabel ini adalah 2.002 dimana lebih tinggi daripada nilai t tabel yang sebesar 1.986. maka dari itu keputusan pembelian yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian.
3. Variabel persepsi harga (X3) memiliki signifikansi  $0.00 < 0.05$  sehingga dapat diputuskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Nilai t yang positif menunjukkan bahwa persepsi harga memiliki hubungan yang searah dengan keputusan pembelian. Selain itu, nilai t hitung pada variabel ini adalah 4.326 dimana lebih tinggi daripada nilai t tabel yang sebesar 1.986. maka dari itu keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, persepsi harga memberikan pengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

## Uji Simultan (Uji f)

Tabel 16 Uji f

Regression	F	F Tabel	Sig.
	78.050	2.70	.000

Tabel 16 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada uji simultan adalah  $0.000 < 0.05$ , lalu nilai f hitung sebesar 78.050 lebih besar daripada f tabel yaitu 2.70. Maka dari itu diputuskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, gaya hidup (X1), kualitas produk (X2), dan persepsi harga (X3) memberikan pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Keputusan pembelian (Y)

## Koefisien Determinasi

Tabel 17 Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	0.716

Tabel 17 menunjukan nilai koefisien determinasi yang dicerminkan nilai R Square adalah 0.716. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga memberikan pengaruh sebanyak 0.716 atau 71,6% kepada Keputusan pembelian.

Kemudian variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini memberikan pengaruh sebanyak 29,4% kepada Keputusan pembelian. Nilai 29,4% diperoleh dari pengurangan nilai 100% dengan 71,6%.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting Lokal**

Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis dengan uji signifikansi parsial diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk adalah 0.003 yang bernilai kurang dari 0.05. Selain itu, t-hitung yang diperoleh adalah 3.095 dimana bernilai tinggi dari t-tabel bernilai sebesar 1.986. Berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan t-hitung dengan t-tabel maka diputuskan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan frekuensi jawaban pada kuesioner dapat diketahui sebagian besar responden berpersepsi baik pada gaya hidup dengan nilai mean sebesar 12.43.

#### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting Lokal**

Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis dengan signifikansi parsial diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas produk terhadap Keputusan pembelian adalah 0.048 yang bernilai kurang dari 0.05. Selain itu, t-hitung yang diperoleh adalah 2.002 dimana bernilai lebih tinggi dari t-tabel yang bernilai sebesar 1.986. Berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan t-hitung dengan t-tabel maka diputuskan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Berdasarkan frekuensi jawaban responden pada kuesioner dapat diketahui Sebagian besar responden berpersepsi baik pada kualitas produk dengan nilai mean sebesar 23.41.

#### **Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis dengan uji signifikansi parsial diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian adalah 0.000 yang bernilai kurang dari 0.05. Selain itu, t-hitung yang diperoleh adalah 4.326 dimana bernilai lebih tinggi dari nilai t-tabel yang bernilai sebesar 1.986. Berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan t-hitung dengan t-tabel maka diputuskan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan frekuensi jawaban responden pada kuesioner dapat diketahui sebagian besar responden berpersepsi baik pada persepsi harga dengan nilai mean sebesar 25.39.

#### **Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Secara keseluruhan, gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di thrift shop lokal. Konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan, menghargai kualitas, dan memiliki persepsi positif terhadap harga cenderung lebih memilih untuk berbelanja di thrift shop. Oleh karena itu, penting bagi pemilik thrift shop lokal untuk memahami dan mengelola ketiga faktor ini dalam strategi bisnis mereka. Dengan demikian, thrift shop tidak hanya dapat menjadi alternatif yang menarik bagi konsumen, tetapi juga dapat berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan dan ekonomi lokal.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian thrifting lokal melalui live streaming tiktok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Makanan Organik. 1–23.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.
- Agus, I. P. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI THRIFT STORE DEERWAVE ABIANBASE BADUNG BALI.
- Al, A. et. (2022). No Title. Pertumbuhan Tiktok.
- Andriani, A. D., & Sri, C. M. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Tempat Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 194.
- Azizah, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21–33. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1.1878>
- Bambang, P. &. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Shop di Menganti.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chaterina, I. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'Chick. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start- Up Bisnis*, 1(3), 340–348.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Fahira, Y. A., Hendratmoko, S., & Widuri, T. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Mata Hati Cafe Kediri. *Ebismen*, 1(3), 150–161. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/58>
- Fakhrudin&Fiemaningsih. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Lkd Multi Industri Di Kota Batam. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Faramita, C. N. (2024). Progam studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas maarif hasyim latif 2024.