

**PENGARUH LABEL MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI BARANG *THRIFTING*  
PADA *ONLINE THRIFT SHOP* : STUDI KASUS PADA AKUN  
INSTAGRAM @BELIBAJUUYUK**

**SKRIPSI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
NELI WAHYUNI  
NIM 204105020092  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

**PENGARUH LABEL MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI BARANG *THRIFTING*  
PADA *ONLINE THRIFT SHOP* : STUDI KASUS PADA AKUN  
INSTAGRAM @BELIBAJUUYUK**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
Oleh:  
**Neli Wahyuni**  
NIM 204105020092

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

**PENGARUH LABEL MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI BARANG *THRIFTING*  
PADA *ONLINE THRIFT SHOP* : STUDI KASUS PADA AKUN  
INSTAGRAM @BELIBAJUUYUK**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Neli Wahyuni**

NIM: 204105020092

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui Pembimbing



**(Dr. Hj Khairunnisa Musari, S.T., M.MT)**

NIP. 197810032015032001

**PENGARUH LABEL MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI BARANG *THRIFTING* PADA *ONLINE THRIFT SHOP* : STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @BELIBAJUUYUK**

**SKRIPSI**

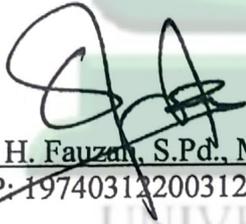
telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis  
Tanggal : 13 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

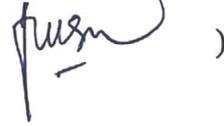
Sekretaris

  
Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.  
NIP: 197403122003121008

  
Muhammad Fauzudin Faiz, M.H.I.  
NUP: 201708177

Anggota :

1. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. (  )

2. Dr. Hj. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT. (  )

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. H. Ubaidillah, M.Ag  
NIP. 196812261996031001

## MOTTO

الرِّبَاُ حَرَامٌ وَالْبَيْعُ لِلَّهِ وَآحَلَّ

Artinya: “...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba’...”  
(Q.S. Al-Baqarah: 275)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur senantiasa terucap kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya selama proses penyusunan skripsi dari tahap awal hingga akhir. Dengan rasa bangga dan berbahagia, penulis mempersembahkan skripsi ini sebagai tanda terimakasih kepada :

1. Kedua orangtua tercinta, Bapak Faruk Zainul Wafa dan Ibu Neneng Sri Wagiyanti sebagai tanda terimakasih atas kasih sayang dan cinta serta dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan masa studinya sampai mendapatkan gelar sarjana.
2. Kakek dan nenek saya, Alm. H. Ali Wafa, Alm. Bapak Sayono, Hj. Ruminah, dan Almh. Ibu Mariyami. Terimakasih atas segala do'a dan dukungannya kepada penulis.
3. Sahabat sekaligus saudari saya, Devi Yuli Agustin. Terimakasih atas bantuan dan kesediaannya sebagai tempat bagi penulis untuk menuangkan segala bentuk susah senang selama menjalani proses penyusunan skripsi.
4. Teman-teman ES 3 dan teman *online* tercinta yang telah membantu dan memberikan masukan, semangat serta arahan kepada penulis hingga akhirnya dapat terselesaikan skripsi ini.

## ABSTRAK

**Neli Wahyuni, Dr. Hj. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT, 2024:** Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* Pada *Online Thrift Shop* : Studi Kasus Pada Akun Instagram @belibajuuyuk.

**Kata Kunci:** *Thrift Shop, Digital, Minat Beli*

Dewasa ini, membeli pakaian *thrift* menjadi hal yang umum bahkan beralih sebagai ajang hobi dan memiliki tren tersendiri di kalangan para pecinta *fashion*. Berdasarkan data BPS, menunjukkan bahwa daya beli masyarakat terhadap barang bekas impor bekas terbilang masih tinggi. Hal ini dibuktikan dengan semakin menjamurnya toko *online* maupun *offline* yang menjual barang-barang *thrift*. Salah satunya ialah akun Instagram @belibajuuyuk, akun yang berhasil menarik 13 ribu pengguna dengan menjual pakaian *thrift korean style* khusus wanita.

Rumusan masalah dan tujuan pada penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh label merek terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk. 2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk. 3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk. 4) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh label merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

Pendekatan pada penelitian ini berupa pendekatan kuantitatif dan netnografi, dengan asosiatif sebagai jenis penelitiannya. Analisis pada penelitian menggunakan regresi linier berganda, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket melalui Google form.

Hasil dari penelitian ini ialah secara parsial variabel label merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk. Sedangkan secara simultan, ketiga variabel tersebut mempengaruhi minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamiin, segala puji syukur senantiasa terucap kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap proses penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul **“Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* Pada *Online Thrift Shop* : Studi Kasus Pada Akun Instagram @belibajuuyuk”** sehingga bisa diselesaikan tepat waktu. Shalawat dan salam senantiasa ditujukan kepada nabi Muhammad SAW yang telah membawa serta memberikan pengetahuan kepada umat manusia agar bisa dijadikan jembatan ilmu dalam menjalani kehidupan.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terkait dalam proses penyusunan skripsi, diantaranya :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag.,M.M., CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. Sofiah, M.E selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Retna Anggitaningsih, M.M., CRMP selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

5. Dr. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT selaku Dosen Pembimbing yang dengan tulus memberikan arahan dan bimbingan.
6. Saudari Linda L Diana, selaku pemilik akun Instagram @belibajuuyuk yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di tempatnya.
7. Para responden yang sudah berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk menjadi subjek dalam penelitian ini.



## DAFTAR ISI

|                                  | <b>Hal</b> |
|----------------------------------|------------|
| HALAMAN JUDUL.....               | i          |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING.....      | ii         |
| PENGESAHAN TIM PENGUJI .....     | iii        |
| MOTTO .....                      | iv         |
| PERSEMBAHAN .....                | v          |
| ABSTRAK .....                    | vi         |
| KATA PENGANTAR .....             | vii        |
| DAFTAR ISI.....                  | ix         |
| DAFTAR TABEL.....                | xi         |
| DAFTAR GAMBAR .....              | xiii       |
| BAB I PENDAHULUAN .....          | 1          |
| A. Latar Belakang .....          | 1          |
| B. Rumusan Masalah .....         | 9          |
| C. Tujuan Penelitian .....       | 10         |
| D. Manfaat Penelitian .....      | 10         |
| E. Ruang Lingkup Penelitian..... | 11         |
| F. Definisi Operasional.....     | 13         |
| G. Asumsi Penelitian .....       | 16         |
| H. Hipotesis.....                | 17         |
| I. Sistematika Pembahasan .....  | 20         |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....      | 22         |
| A. Penelitian Terdahulu .....    | 22         |

|   |    |
|---|----|
| B. Kajian Teori .....                         | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                | 44 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....       | 44 |
| B. Populasi dan Sampel .....                  | 45 |
| C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data..... | 46 |
| D. Analisis Data .....                        | 47 |
| BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....      | 57 |
| A. Gambaran Objek Penelitian .....            | 57 |
| B. Penyajian Data .....                       | 58 |
| C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....      | 63 |
| D. Pembahasan.....                            | 75 |
| BAB V PENUTUP.....                            | 83 |
| A. Kesimpulan .....                           | 83 |
| B. Saran.....                                 | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                           | 86 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN                             |    |

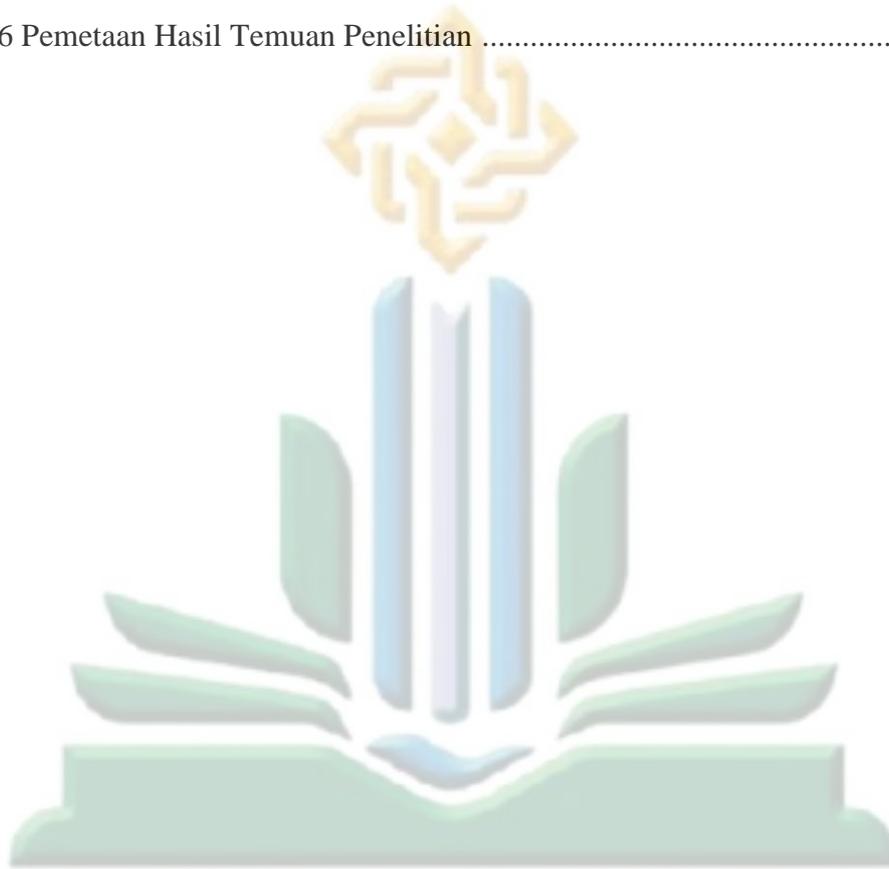
## DAFTAR TABEL

| No   | Uraian   | Hal. |
|------|--|------|
| 1.1  | Beberapa Akun Instagram .....  | 5    |
| 1.2  | Indikator Variabel Independen .....                                  | 12   |
| 1.3  | Indikator Variabel Dependen .....                                    | 13   |
| 2.1  | Pemetaan Penelitian Terdahulu .....                                  | 30   |
| 3.1  | Tingkatan Skala Likert .....   | 48   |
| 3.2  | Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 56   |
| 4.1  | Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                 | 59   |
| 4.2  | Distribusi Responden Berdasarkan Kelahiran .....                     | 59   |
| 4.3  | Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                     | 60   |
| 4.4  | Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan .....                   | 61   |
| 4.5  | Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian pada Akun Lain .....      | 62   |
| 4.6  | Hasil Uji Deskriptif .....   | 64   |
| 4.7  | Hasil Uji Validitas .....  | 65   |
| 4.8  | Hasil Uji Reliabilitas .....   | 66   |
| 4.9  | Hasil Uji Normalitas .....   | 67   |
| 4.10 | Hasil Uji Multikolinieritas .....                                    | 68   |
| 4.11 | Hasil Uji Heterokedastisitas .....                                   | 69   |
| 4.12 | Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....                              | 70   |
| 4.13 | Hasil Uji t (Parsial) .....  | 72   |
| 4.14 | Hasil Uji F (Simultan) .....   | 74   |
| 4.15 | Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                | 75   |

**No Uraian**

**Hal.**

4.16 Pemetaan Hasil Temuan Penelitian ..... 79



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR GAMBAR

| No  | Uraian   | Hal. |
|-----|--|------|
| 1.1 | Volume dan Nilai Impor Pakaian Bekas Indonesia (2018-2022) ..... | 3    |
| 1.2 | Profil Akun Instagram @belibajuuyuk .....                        | 7    |
| 1.3 | Kerangka Berpikir .....  | 17   |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era modern sekarang ini, khususnya para remaja cenderung ingin terlihat *fashionable* dan menjadi sorotan perhatian publik. Mereka akan melakukan segala cara guna mengikuti tren yang tengah ramai dimedia sosial, khususnya tren yang berkaitan dengan dunia *fashion*. Bahkan meskipun mereka tidak terlalu membutuhkan barang tersebut, mereka tetap membelinya demi hasrat semata. Sebagai konsumen utama industri *fashion*, para remaja cenderung mengikuti gaya artis favoritnya dalam berpakaian. Tren pakaian atau *fashion* para artis yang identik dengan barang *branded* berharga mahal, tentunya tidak bisa diikuti oleh penggemarnya terutama remaja-remaja yang memiliki finansial menengah.<sup>1</sup> Sehingga demi mengikuti perkembangan tren *fashion*, para remaja tersebut tidak sungkan untuk membeli barang seken yang masih layak pakai.

Dalam pandangan Islam, etika berbusana telah diatur oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an dan Hadis. Seperti yang terkandung dalam Surah An-Nur ayat 31 yang artinya :

Katakanlah kepada wanita yang beriman: 'Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan memelihara kehormatan mereka. Mereka tidak boleh menampakkan perhiasan tubuh mereka, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung

---

<sup>1</sup> Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri, "Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Fashion Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Preloved* di *Thriftshop*," *Journal of Comprehensive Science* 2, no.4 (April 2023): 942.

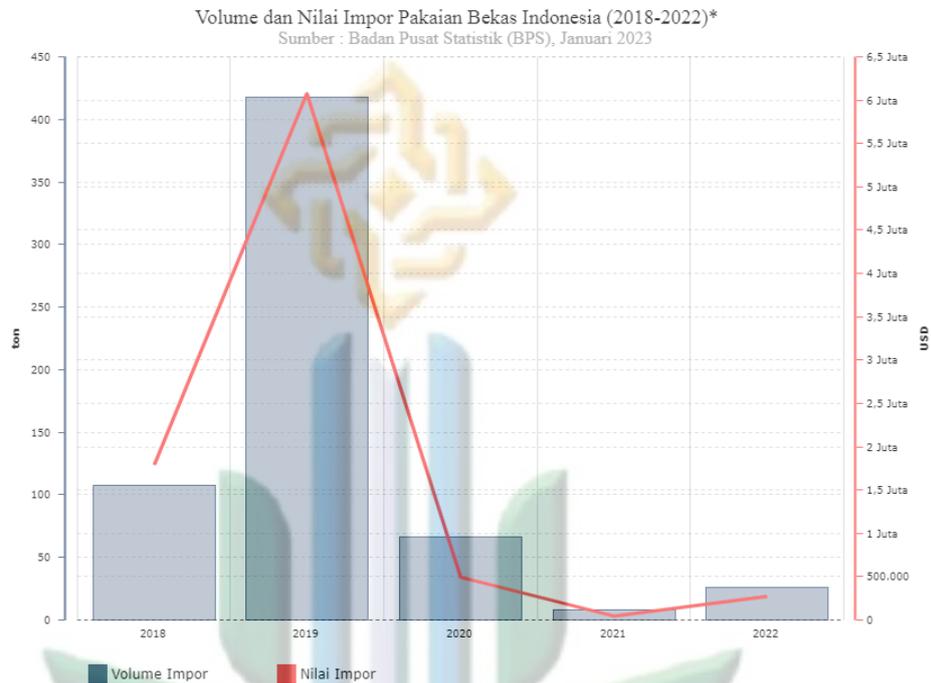
kepala ke dadanya, dan tidak menampakkan perhiasan tubuh mereka, kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak memiliki keinginan untuk perempuan atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung. (Q.S. An-Nur: 31)

Terdapat beberapa kriteria dalam berbusana yang sesuai dengan ketentuan Islam, diantaranya ialah: Menutupi seluruh badan selain bagian yang dikecualikan, tidak berbentuk perhiasan, harus tebal dan tidak transparan, tidak ketat, tidak boleh diberi wewangian yang dapat mengundang syahwat, tidak menyerupai pakaian laki-laki (begitupun sebaliknya), tidak menyerupai pakaian orang kafir, dan tidak berbentuk pakaian *syuhrah* (sensasi).<sup>2</sup>

Kini membeli barang seken yang masih layak pakai menjadi hal yang umum bahkan beralih sebagai ajang hobi dan tengah menjadi tren tersendiri di kalangan para penggemar *fashion*.<sup>3</sup> Salah satunya adalah di Indonesia, dimana perkembangan bisnis impor bekas berkembang sangat pesat. Hal ini dapat ditunjukkan dengan menjamurnya *online shop* maupun *offline shop* yang menjual produk impor bekas mulai dari pakaian, aksesoris, hingga pernak-pernik. Meskipun peraturan pemerintah menggencarkan masyarakatnya untuk menggunakan produk pakaian dari lokal, namun peminat dari produk pakaian bekas terutama merek luar negeri kian hari kian meningkat.

<sup>2</sup> Bahrn Ali Murtopo, "Etika Berpakaian Dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita Sesuai Ketentuan Islam," *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan* 1, no.2 (Oktober, 2017): 248-250.

<sup>3</sup> Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri, "Pengaruh *Brand Image*," 942.



**Gambar 1.1**

**Volume dan Nilai Impor Pakaian Bekas Indonesia (2018-2022)**

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan Gambar 1.1, yang dilansir dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa impor pakaian bekas dan barang tekstil bekas di Indonesia dalam lima tahun terakhir cenderung menurun. Nilai impor dan volume pakaian bekas ke Indonesia sempat memuncak pada 2019 yaitu senilai US\$6,1 juta dengan volume 417 ton. Dan angka tersebut turun drastis pada tahun 2020 seiring dengan maraknya pandemi Covid-19. Namun pada tahun 2022 kembali meningkat yakni senilai US\$0,27 juta dengan volume 26 ton. Meskipun impor pakaian bekas dikategorikan sebagai aktivitas ilegal sejak

tahun 2021<sup>4</sup>, namun dengan adanya data tersebut membuktikan bahwa minat beli masyarakat pada barang impor bekas terbilang masih tinggi.

*Thrift* merupakan barang bekas atau barang seken yang diimpor. Meski barang tersebut tidak sepenuhnya mulus, namun masih bisa digunakan dan dalam kondisi baik. Selain harganya yang dapat dikatakan terjangkau, produk *thrift* juga menawarkan sejumlah keunggulan yang membuat orang memburunya, seperti barang yang langka dan jarang dijual di pasaran. Bagi penggemar *thrifting*, prinsip dalam membeli pakaian bekas ialah membeli barang dengan harga yang terjangkau serta kualitas produk yang baik, sebab dapat mempengaruhi keputusan pembelian akan produk tersebut.<sup>5</sup> Selain menghemat pengeluaran, melakukan *thrift shopping* juga dapat menguji ketelitian konsumen dalam memilih pakaian yang tergolong bagus dan masih layak dipakai.

Pada masa kini, banyak pelaku usaha yang memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai media dalam memasarkan produknya.<sup>6</sup> Salah satu *platform* media sosial yang memiliki banyak peminat atau banyak digunakan adalah Instagram. Dilansir dari NapoleonCat, menyebutkan bahwa pada bulan Mei 2021, tercatat sebanyak 88.200.000 masyarakat Indonesia telah terdaftar sebagai pengguna Instagram. Yang mana sebanyak 56,2% didominasi oleh

<sup>4</sup> Handoyo, "Pemerintah Larang Masuknya Baju Bekas Impor, Pedagang Mulai Sulit Dapatkan Stok," terakhir diubah Juni 8, 2023, <https://nasional.kontan.co.id/news/pemerintah-larang-masuknya-baju-bekas-impor-pedagang-mulai-sulit-dapatkan-stok>.

<sup>5</sup> Anjelina Dwi Senda, Suhardi M. Anwar, dan Andi Rizkiyah Hasbi, "Pengaruh Brand Impor Thrift dan Harga terhadap Preferensi Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo)," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 6, no.2 (Juni 2023): 1491.

<sup>6</sup> M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, dan Nur Ika Mauliyah, "Strategi Digital Marketing dengan Instagram dan Tik Tok Pada Butik Dot.id," *HUMAN FALAH Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, no.1(Juni 2023), 129.

perempuan dengan rentang usia 18-24 tahun.<sup>7</sup> Setelah Instagram meresmikan fitur belanja *online* pada tahun 2016, banyak masyarakat baik individual maupun komunitas tertentu yang berbondong-bondong memanfaatkannya sebagai ladang untuk berbisnis. Kini segala macam produk yang diinginkan dapat diakses dengan mudah melalui Instagram termasuk pakaian *thrift*. Salah satunya adalah di wilayah Kabupaten Jember, banyak ditemukan akun Instagram yang menjadikan *thrift* sebagai bisnis jualan. Berdasarkan hasil pencarian (*search*) Instagram, berikut beberapa akun Instagram yang menempati posisi teratas dalam pencarian yang menjual pakaian *thrift* khusus *Korean Thrift* di Kabupaten Jember.

**Tabel 1.1**  
**Beberapa Akun Instagram**

| Nama Akun       | Jumlah Pengikut   |
|-----------------|-------------------|
| @belibajuuyuk   | 13 ribu pengikut  |
| @bestthrift.bwx | 9,6 ribu pengikut |
| @cattywear.id   | 6,6 ribu pengikut |
| @mysecondbabie  | 11 ribu pengikut  |

Sumber: Instagram

Salah satu toko *online* yang menjual barang *thrift* adalah @belibajuuyuk. Alasan peneliti memilih @belibajuuyuk sebagai objek penelitian selain karena lokasi mudah dijangkau adalah karena akun @belibajuuyuk menduduki peringkat teratas dalam pencarian dan memiliki jumlah pengikut terbanyak dari 3 akun lainnya, serta @belibajuuyuk selalu memperbarui postingan setiap beberapa hari sekali. Dalam memasarkan

<sup>7</sup> Alia Ariesanti, dkk, *Realitas Masyarakat dalam Potret Netnografi* (Malang: Penerbit Peneleh, 2021), 4-5.

produknya, pemilik @belibajuuyuk menggunakan dua platform sosial media yakni Instagram dan WhatsApp serta *e-commerce* Shopee. Guna menarik minat pembeli, pemilik toko memanfaatkan fitur-fitur di Instagram seperti *feed*, *reels* dan *highlight* Instagram untuk menata katalog produk. Berdasarkan Gambar 1.2, dapat dilihat bahwa kini @belibajuuyuk telah memiliki jumlah *followers* sebanyak 13 ribu pengikut.

Dalam setiap postingan @belibajuuyuk memuat informasi lengkap seperti bahan, ukuran, harga hingga merek produk. Pada setiap postingan @belibajuuyuk juga memuat informasi terkait *sold* atau tidaknya produk dan sesekali mengadakan *event giveaway*. Akun @belibajuuyuk merupakan toko baju *online* yang menjual pakaian seken khusus wanita seperti: *blouse*, kemeja, jaket, *hoodie*, *outer*, celana *jeans*, dan koleksi *fashion* lainnya. Akun @belibajuuyuk juga melakukan kolaborasi dengan beberapa toko *online thrift* lainnya seperti bersama dengan akun @mysecondbabie, mereka membuka *stand* pakaian *thrift* disejumlah titik tempat yang ramai lalu lalang orang.



**Gambar 1.2**

**Profil Akun Instagram @belibajuuyuk**  
 Sumber: <https://www.instagram.com/belibajuuyuk>

Minat beli dapat didefinisikan sebagai suatu kemungkinan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen. Ketika seseorang memiliki sekelebat pemikiran atau hasrat untuk membeli suatu produk maka dapat dikategorikan sebagai *purchase intention* atau minat beli.<sup>8</sup> Minat beli yang tinggi dapat tercermin melalui tingginya kepuasan dari konsumen ketika memutuskan untuk mengkonsumsi produk yang diberikan setelah mencoba produk tersebut kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut.<sup>9</sup>

Label merek merupakan sebuah merek atau logo yang terdapat dalam sebuah produk. Label merek memiliki tujuan untuk menjelaskan identitas dari produsen produk tersebut serta menjadi ikon ciri khas dari perusahaan tertentu agar produk ciptaannya dikenali oleh konsumen. Oleh karena itu, seperti yang dikatakan American Marketing Association (AMA), “*A brand is a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them, intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competition*”. Yang dapat diterjemahkan bahwa merek merupakan nama, istilah, simbol atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang dapat mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual menjadi berbeda dengan para pesaingnya.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Eni Widiyaningrum, “Pengaruh *Viral Marketing*, Kepercayaan, *Fashion Lifestyle*, Harga Kompetitif dan *Store Image* Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* di Toko *Outfit.Bymee*,” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), 3.

<sup>9</sup> Bayu Putra Pratama, “Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Baju Seken pada Toko *Yomci Shop*,” *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)* 2, no.2 (Desember 2021): 102.

<sup>10</sup> Kevin Jane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Harlow: Pearson Education Inc, 2013), 30.

Kualitas produk juga menjadi faktor penentu terhadap keputusan pembelian suatu produk. Kualitas produk merupakan keunggulan dari suatu produk karena memiliki kinerja yang mampu memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Saputro dan Irawati, mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli.<sup>11</sup> Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian Annisa Istiqomah Tukuboya<sup>12</sup> dan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, Basalamah, dan Normaladewi.<sup>13</sup>

Selain label merek dan kualitas produk, harga juga menjadi faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli. Dalam dunia *thrifting*, harga dijadikan sebagai tolak ukur pertimbangan pembeli karena konsumen bisa mendapatkan pakaian bermerek dengan harga yang masih terjangkau. Sebagian besar orang cenderung memilih produk merek yang sama dan berkualitas baik dengan harga lebih murah dibandingkan dengan harga asli dari produk tersebut meskipun itu barang *second*. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa harga menjadi aspek penting yang mempengaruhi minat beli produk *thrifting*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri Hazizah faktor

---

<sup>11</sup> A.ang Wahyu Saputro dan Zulfa Irawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk *Second Brand*," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5, no.3 (Juni 2023): 646.

<sup>12</sup> Annisa Istiqomah Tukuboya, "Pengaruh Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas pada *Double Thrift* Jayapura," *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science (NJMS)* 1, no.1 (Agustus 2023): 1.

<sup>13</sup> Dwi Bella Fani Pratiwi, M. Ridwan Basalamah, dan Andi Normaladewi, "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Store Thriftermlg di Kota Malang," *e-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 11, no.3 (Agustus 2022): 58.

yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian adalah harga.<sup>14</sup> Namun, pada penelitian lain yang dilakukan oleh Lianita & Ahmad terdapat hasil yang bertentangan, yaitu harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>15</sup>

Berdasarkan dari paparan latar belakang, maka disusunlah penelitian dengan judul **“PENGARUH LABEL MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI BARANG *THRIFTING* PADA *ONLINE THRIFT SHOP* : STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @BELIBAJUUYUK”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan hasil uraian yang telah disampaikan pada latar belakang, maka identifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah label merek berpengaruh terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk?
4. Apakah label merek, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk?

<sup>14</sup> Putri Hazizah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (*Second Branded*) di Monja Pasar Raya Padang,” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, 2022), 56.

<sup>15</sup> Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri, “Pengaruh *Brand Image*,” 941.

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh label merek terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.
4. Mengetahui pengaruh label merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoretis

Diharapkan memberikan wawasan bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember serta masyarakat mengenai beberapa aspek yang mempengaruhi minat beli akan suatu barang tertentu, sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pembelian suatu produk di masa yang akan datang.

#### 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis ditujukan kepada beberapa pihak yang terkait dengan penelitian ini, beberapa pihak tersebut antara lain:

a) Bagi Peneliti

Sebagai kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti mengenai pengaruh label merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

b) Bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah referensi kepustakaan serta literatur untuk penelitian selanjutnya.

c) Bagi Pembaca

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan sebuah pembelajaran yang positif sebagai salah satu sumber bacaan yang ilmiah mengenai pengaruh dari beberapa aspek terhadap minat beli atas barang *thrifting*.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditentukan oleh peneliti untuk dapat dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>16</sup> Pada penelitian ini, peneliti menggunakan empat variabel yang terdiri atas tiga variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y).

a) Variabel Independen (X)

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2022), 38.

Merupakan variabel yang dapat dikategorikan sebagai sebuah variabel yang dapat berdiri sendiri tanpa pengaruh dari variabel lain, justru variabel independen (bebas) yang memberikan pengaruh atau menjadi sebab perubahan variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Label merek
- 2) Kualitas produk
- 3) Harga

b) Variabel Dependen (Y)

Merupakan sebuah variabel yang mendapat pengaruh atau variabel yang disebabkan oleh adanya variabel independen. Variabel dependen yang dipakai dalam penelitian ini yakni minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop*.

2. Indikator Penelitian

Setelah menentukan variabel yang akan diteliti, maka tahap selanjutnya ialah mengemukakan indikator variabel yang dimiliki oleh setiap variabel. Adapun indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Indikator Variabel Independen**

| Variabel              | Indikator  | Skala Pengukuran |
|-----------------------|--|------------------|
| Label Merek ( $X_1$ ) | a) Identitas merek<br>b) Kepribadian merek<br>c) Sikap dan perilaku merek<br>d) Manfaat dan keunggulan merek | Likert           |

|                                   |   |        |
|-----------------------------------|---|--------|
|                                   | Sumber: Kevin Jane Keller <sup>17</sup>   |        |
| Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) | a) Kinerja<br>b) Keandalan<br>c) Daya tahan<br>d) Estetika<br>Sumber: Fandy Tjiptono <sup>18</sup>  | Likert |
| Harga (X <sub>3</sub> )           | a) Keterjangkauan harga<br>b) Daya saing harga<br>c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk<br>d) Kesesuaian harga dengan manfaat produk<br>Sumber: Kotler dan Armstrong <sup>19</sup> | Likert |

**Tabel 1.3**  
**Indikator Variabel Dependen**

| Variabel       | Indikator   | Skala Pengukuran |
|----------------|---|------------------|
| Minat Beli (Y) | a) Kesadaran ( <i>Awareness</i> ).<br>b) Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).<br>c) Evaluasi ( <i>Evaluation</i> ).<br>d) Percobaan ( <i>Trial</i> ).<br>e) Adopsi ( <i>Adoption</i> ).<br>Sumber: Kotler, Armstrong, dan Opresnik <sup>20</sup> | Likert           |

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan dari variabel yang telah dipilih oleh peneliti, dalam penelitian ini terbagi menjadi variabel bebas

<sup>17</sup> Kevin Jane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 107.

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2016), 17.

<sup>19</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), 346.

<sup>20</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, dan Marc Oliver Opresnik, *Principles of Marketing* edisi 17 (Harlow: Pearson Education, 2018), 178-179.

(independen) dan variabel terikat (dependen), yang mana pada penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah label merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) dengan variabel terikat minat beli ( $Y$ ).

### 1. Label merek

Label merek merupakan tulisan atau logo merek sebuah produk. Fungsi label merek adalah untuk identitas perusahaan dan membedakan merek tersebut dengan merek lainnya. Adapun label merek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pakaian *thrift* merek-merek nonlokal yang terdapat pada akun Instagram @belibajuuyuk. Selama periode penelitian diukur dengan parameter: identitas merek; kepribadian merek; sikap dan perilaku merek; manfaat dan keunggulan merek.

### 2. Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki arti keistimewaan atau keunggulan yang dimiliki oleh sebuah produk dimana hal tersebut sesuai dengan harapan konsumen. Adapun kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas dari produk *thrift* yang terdapat di akun Instagram @belibajuuyuk, seperti: *pertama* dari segi bahan, apakah bahan dari pakaian tersebut bagus atau tidak dan ketika digunakan apakah nyaman atau tidak. *Kedua* dari segi daya tahan, apakah terdapat kecacatan pada produk *thrift* dan seberapa lamakah daya tahan dari produk *thrift* untuk penggunaan jangka panjang. Yang terakhir dari segi desain, yakni keunikan model dan gaya pakaian dari produk *thrift* yang bisa dikatakan langka hingga mampu

memikat konsumen untuk membeli. Selama periode penelitian diukur dengan parameter: kinerja; keandalan; daya tahan; dan estetika.

### 3. Harga

Harga merupakan nilai harga yang ditawarkan setengah lebih rendah daripada harga asli barang tersebut. Kebanyakan masyarakat akan membelanjakan uang mereka untuk membeli barang-barang dengan harga yang lebih murah daripada harus membeli barang dengan harga standar. Adapun harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nominal harga yang tertera dalam katalog akun Instagram @belibajuuyuk. Selama periode penelitian diukur dengan parameter: keterjangkauan harga; daya saing harga; kesesuaian harga dengan kualitas produk; dan kesesuaian harga dengan manfaat produk.

### 4. Minat Beli

Minat beli adalah keinginan atau kemampuan untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu, yang mana konsumen telah mempertimbangkan segala aspek ketika hendak membeli barang atau jasa tersebut. Adapun minat beli yang dimaksud adalah keinginan untuk membeli barang-barang *thrift* ketika melihat katalog pada akun Instagram @belibajuuyuk dan merasa barang tersebut terlihat bagus dan dipandang langka atau jarang di pasaran. Selama periode penelitian diukur dengan parameter: kesadaran; ketertarikan; evaluasi; percobaan; dan adopsi.

### 5. Thrift Shop

*Thrift shop* merupakan toko yang menjual barang bekas, terutama barang impor bekas yang masih layak pakai. Adapun *thrift shop* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah toko *thrift online* yang menggunakan Instagram sebagai media promosi. Selain itu juga berlokasi di Kabupaten Jember dan menjual pakaian *thrift* khusus wanita (*Korean Thrift*).

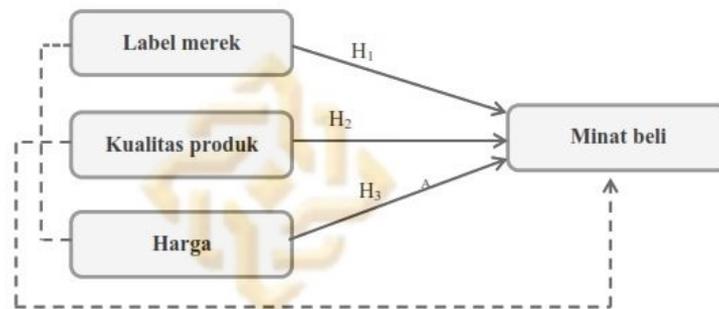
### G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian atau biasa disebut juga dengan pemikiran dasar merupakan sebuah landasan atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti.<sup>21</sup> Peneliti melakukan pra-riset pada beberapa jurnal yang telah diterbitkan sebelum memberikan sebuah asumsi. Yang mana jurnal tersebut merupakan jurnal yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil pra-riset tersebut, peneliti memperoleh sebuah asumsi dasar pada penelitian ini menyatakan bahwa label merek, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thriftshop*. Berikut adalah kerangka konseptual

---

<sup>21</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 41.



**Gambar 1.3**  
**Kerangka Berpikir**

Sumber: Data diolah penulis

Keterangan :

- = pengaruh parsial
- - - = pengaruh simultan

## H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, sebab jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>22</sup> Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Pengaruh Label Merek terhadap Minat Beli

Label merek merupakan sebuah merek atau logo yang terdapat dalam sebuah produk. Label merek memiliki tujuan untuk menjelaskan identitas dari produsen produk tersebut serta menjadi ikon ciri khas dari perusahaan tertentu agar produk ciptaannya dikenali oleh konsumen. Oleh

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 63.

karena itu, seperti yang dikatakan American Marketing Association (AMA), “A brand is a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them that identify one seller’s goods or service as distinct from those of competition”. Yang dapat diterjemahkan bahwa merek merupakan nama, istilah, simbol atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang dapat mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual menjadi berbeda dengan para pesaingnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Istiqomah Tukuboya pada tahun 2023 menyatakan bahwa merek memiliki pengaruh terhadap minat beli. Penelitian lain yang dilakukan oleh Indriani Puji Astuti pada tahun 2023 juga menyatakan hal demikian bahwa merek secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli produk *thrifting*.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara label merek dengan minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli**

Kualitas produk menjadi faktor penentu terhadap minat pembelian suatu produk. Kualitas produk merupakan keunggulan dari suatu produk karena memiliki kinerja yang mampu memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Saputro dan Irawati pada tahun 2023, mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian Annisa Istiqomah Tukuboya tahun 2023 dan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi,

Basalamah, dan Normaladewi tahun 2022 yang terbukti dari hasil penelitian mereka masing-masing bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli produk *thrift*.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.

### 3. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Selain label merek dan kualitas produk, harga juga menjadi faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli. Dalam dunia *thrifting*, harga dijadikan sebagai tolak ukur pertimbangan pembeli karena konsumen bisa mendapatkan pakaian bermerek dengan harga yang masih terjangkau. Sebagian besar orang cenderung memilih produk merek yang sama dan berkualitas baik dengan harga lebih murah dibandingkan dengan harga asli dari produk tersebut meskipun itu barang *second*. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa harga menjadi aspek penting yang mempengaruhi minat beli produk *thrifting*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri Hazizah tahun 2022 faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian adalah harga. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Saputro dan Irawati tahun 2023 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk seken.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.

## I. Sistematika Pembahasan

### 1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan latar belakang permasalahan yang ditemukan oleh peneliti untuk kemudian dijadikan dasar dalam melakukan penelitian lebih lanjut. Selain latar belakang penelitian, pada bab ini juga disertakan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (indikator dan variabel), definisi operasional, asumsi penelitian hingga hipotesis penelitian.

### 2. BAB II Kajian Pustaka

Pada bab ini berisikan teori terkait yang digunakan oleh peneliti untuk dijadikan landasan pada penelitian yang mana pembahasan teori terkait yang berasal dari jurnal, buku, *e-book* dan sebagainya yang akan memperdalam wawasan peneliti terkait permasalahan yang hendak dipecahkan. Selain itu terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

### 3. BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai populasi, jumlah sampel yang akan digunakan teknik pengumpulan dan analisis data yang akan digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian.

### 4. BAB IV Penyajian Data dan Analisis

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis serta pembahasan hasil temuan yang diperoleh setelah melakukan pengujian hipotesis.

## 5. BAB V Penutup

Pada bagian bab akhir ini dijelaskan mengenai simpulan dan saran-saran yang ditarik dari keseluruhan pembahasan untuk menjawab permasalahan penelitian.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang kami lakukan, baik dari penelitian yang sudah terpublikasi maupun yang belum terpublikasi (skripsi, jurnal dan sebagainya). Dengan menelaah dan mencari berbagai referensi dari penelitian terdahulu mengenai keputusan pembelian produk *thrifting* dan membandingkan keabsahan penyusun dari yang lain. Beberapa referensi antara lain :

- a. Eni Widiyaningrum, 2023 dengan judul “Pengaruh *Viral Marketing*, Kepercayaan, *Fashion Lifestyle*, Harga Kompetitif dan *Store Image* terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* di Toko Outfit.Bymee”.<sup>23</sup>

Fokus utama dari penelitian ini adalah apakah *viral marketing*, kepercayaan, *fashion lifestyle*, harga kompetitif dan *store image* memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *thrifting* di Toko Outfit.Bymee. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berupa kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 220 sampel dengan teknik pengambilan sampel jenis *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *viral marketing*, harga kompetitif dan *store image*

---

<sup>23</sup> Eni Widiyaningrum, “Pengaruh *Viral Marketing*, Kepercayaan, *Fashion Lifestyle*, Harga Kompetitif dan *Store Image* terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* di Toko Outfit.Bymee,” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), 87-88.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *thrifting*. Sedangkan kepercayaan dan *fashion lifestyle* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *thrifting* pada Toko Outfit.Bymee.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Eni Widiyaningrum adalah variabel dependen, variabel independen (harga), teknik pengambilan sampel serta alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (*viral marketing*, kepercayaan, *fashion lifestyle* dan *store image*) dan jumlah sampel yang digunakan.

- b. Indriani Puji Astuti, 2023 dengan judul “Pengaruh *Trend Fashion*, Promosi *Online* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli *Fashion Thrifting* (Studi Kasus pada Akun Instagram Bassecondstuff\_)”.<sup>24</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trend fashion*, promosi *online* dan *brand image* terhadap minat beli *fashion thrifting*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif berupa penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 112 sampel dengan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi *online* dan *brand image* berpengaruh positif yang signifikan, sedangkan *trend fashion* tidak berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap minat beli *fashion thrifting* di *bassecondstuff\_*.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriani Puji Astuti adalah variabel dependen, teknik pengambilan

---

<sup>24</sup> Indriani Puji Astuti, “Pengaruh *Trend Fashion*, Promosi *Online* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli *Fashion Thrifting* (Studi Kasus pada Akun Instagram Bassecondstuff\_)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), 71.

sampel serta alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (*trend fashion*, *promosi online*, dan *brand image*) dan jumlah sampel yang digunakan.

- c. Kresti Nirma Ningsih, 2021 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di *Thrift Shop* Simpang Melati (Survei Konsumen Pasar Melati Medan Tuntungan)”<sup>25</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pasar Melati Medan tuntungan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99 sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasar Melati Medan Tuntungan.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Kresti Nirma Ningsih adalah variabel independen (kualitas produk dan harga) dan alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel dependen (kepuasan pelanggan) dan jumlah sampel yang digunakan.

- d. Dwi Bella Fani Pratiwi, M. Ridwan Basalamah, dan Andi Normaladewi, 2022 dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk

---

<sup>25</sup> Kresti Nirma Ningsih, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Thrift Shop* Simpang Melati (Survei Konsumen Pasar Melati Medan Tuntungan),” (Skripsi, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2021), 82.

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Store Thriftermgl di Kota Malang”<sup>26</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Store Thriftermgl. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 sampel dengan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada Store Thriftermgl di Kota Malang.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, Basalamah, dan Normaladewi adalah variabel independen (kualitas produk dan harga), teknik pengambilan sampel serta alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (citra merek), variabel dependen dan jumlah sampel yang digunakan.

- e. Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri, 2023 dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Preloved* di Thriftshop”<sup>27</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image*, harga dan *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian pakaian *preloved* di Thriftshop. Jenis penelitian yang digunakan yaitu

<sup>26</sup> Dwi Bella Fani Pratiwi, M. Ridwan Basalamah, dan Andi Normaladewi, “Pengaruh Citra Merek,” 54-58.

<sup>27</sup> Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri, “Pengaruh *Brand Image*,” 941.

penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 70 responden dan pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian didapatkan dari hasil uji t bahwa *brand image*, harga dan *fashion lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian *preloved*. Sedangkan hasil uji f secara simultan didapatkan bahwa *brand image*, harga dan *fashion lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian *preloved* di *thriftshop*.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyaratna dan Zainuri adalah variabel independen (harga), teknik pengambilan sampel serta alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (*brand image* dan *fashion lifestyle*), variabel dependen dan jumlah sampel yang digunakan.

- f. A.ang Wahyu Saputro dan Zulfa Irawati, 2023 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk *Second Brand*”<sup>28</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan promosi terhadap minat beli produk *second brand* pada konsumen di Surakarta. Penelitian yang digunakan berupa penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner melalui Google Form dengan melibatkan 200 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, harga dan

---

<sup>28</sup> A.ang Wahyu Saputro dan Zulfa Irawati, “Pengaruh Kualitas Produk,” 646.

promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *second brand* di Surakarta.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputro dan Irawati adalah variabel independen (kualitas produk dan harga), variabel dependen serta alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (citra merek dan promosi) dan jumlah sampel yang digunakan.

- g. Putri Hazizah, 2022 dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (*Second Branded*) di Monja Pasar Raya Padang”.<sup>29</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mendominasi dalam menentukan keputusan pembelian pakaian bekas di Monja Pasar Raya Padang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian pakaian bekas di Monja Pasar Raya Padang adalah harga. Sedangkan untuk kualitas produk, promosi dan lokasi berada pada kategori sedang dalam menentukan keputusan pembelian pakaian bekas di Monja Pasar Raya Padang.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Azizah adalah variabel independen (kualitas produk dan harga)

---

<sup>29</sup> Putri Hazizah, “Faktor-faktor,” 56.

dan teknik pengambilan sampel. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (promosi penjualan dan lokasi), alat analisis serta jumlah sampel yang digunakan.

- h. Anjelina Dwi Senda, Suhardi M. Anwar, dan Andi Rizkiyah Hasbi, 2023 dengan judul “Pengaruh *Brand Impor Thrift* dan Harga terhadap Preferensi Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo)”<sup>30</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand import thrift* dan harga terhadap referensi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google form kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *brand import thrift* dan harga berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Senda, Anwar, dan Hasbi adalah variabel independen (harga) dan teknik pengambilan sampel. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (*brand*), variabel dependen dan jumlah sampel yang digunakan

- i. Bayu Putra Pratama, 2021 dengan judul “Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Baju Seken pada Toko Yomci Shop”<sup>31</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap minat beli pakaian bekas di Toko Yomci Shop. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian survei dengan

<sup>30</sup> Anjelina Dwi Senda, Suhardi M. Anwar, dan Andi Rizkiyah Hasbi, “Pengaruh *Brand*,” 1490.

<sup>31</sup> Bayu Putra Pratama, “Pengetahuan,” 101.

metode kuantitatif deskriptif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 sampel dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability* metode *accidental sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli baju seken pada Toko Yomci Shop Kota Bengkulu.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Putra Pratama adalah variabel dependen dan alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel independen (pengetahuan produk), teknik pengambilan sampel dan jumlah sampel yang digunakan.

- j. Annisa Istiqomah Tukuboya, 2023 dengan judul “Pengaruh Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas pada *Double Thrift Jayapura*”.<sup>32</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut mengenai pengaruh merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju bekas pada *Double Thrift Jayapura*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan positif baik secara parsial ataupun simultan terhadap keputusan pembelian baju bekas pada *Double Thrift Jayapura*.

---

<sup>32</sup> Annisa Istiqomah Tukuboya, “Pengaruh Merek,” 1.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Istiqomah Tukuboya adalah variabel independen (kualitas produk dan merek), teknik pengambilan sampel serta alat analisis. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel dependen dan jumlah sampel yang digunakan.

**Tabel 2.1**  
**Pemetaan Penelitian Terdahulu**

| No | Penulis   | Persamaan  | Perbedaan  |
|----|---|--|--|
| 1  | Eni Widiyaningrum   | a. Variabel Dependen: Minat Beli Produk <i>Thrifting</i><br>b. Variabel Independen: Harga Kompetitif<br>c. Teknik pengambilan sampel<br>d. Alat Analisis | a. Variabel Independen: <i>Viral Marketing</i> , Kepercayaan, <i>Fashion Lifestyle</i> , dan <i>Store Image</i> .<br>b. Jumlah sampel        |
| 2  | Indriani Puji Astuti  | a. Variabel Dependen: Minat Beli.<br>b. Teknik pengambilan sampel.<br>c. Alat Analisis.<br>d. Jumlah sampel.   | a. Variabel Independen: <i>Trend Fashion</i> , Promosi <i>Online</i> dan <i>Brand Image</i> .  |
| 3  | Kresti Nirma Ningsih  | a. Variabel Independen: Kualitas Produk dan Harga.<br>b. Alat analisis.  | a. Variabel Dependen: Kepuasan Pelanggan.<br>b. Teknik pengambilan sampel.<br>c. Jumlah sampel.  |
| 4  | Dwi Bella Fani Pratiwi, M. Ridwan Basalamah, dan Andi Normaladewi | a. Variabel Independen: Harga dan Kualitas Produk.<br>b. Teknik pengambilan sampel.<br>c. Alat analisis.   | a. Variabel Independen: Citra Merek.<br>b. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian.<br>c. Jumlah sampel.                                      |
| 5  | Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri                              | a. Variabel Independen: Harga<br>b. Teknik pengambilan sampel.<br>c. Alat analisis.  | a. Variabel Independen: <i>Brand Image</i> dan <i>Fashion Lifestyle</i> .<br>b. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian.<br>c. Jumlah sampel. |
| 6  | A.ang Wahyu Saputro dan Zulfa Irawati                             | a. Variabel Independen: Kualitas Produk dan Harga.<br>b. Variabel Dependen: Minat  | a. Variabel Independen: Citra Merek dan Promosi.   |

|    |   |  |   |
|----|---|--|---|
|    |   | Beli.<br>c. Alat analisis.   | b. Jumlah sampel.   |
| 7  | Putri Hazizah   | a. Variabel Independen: Harga dan Kualitas Produk.<br>b. Teknik pengambilan sampel.                      | a. Variabel Independen: Promosi Penjualan dan Lokasi.<br>b. Alat analisis.<br>c. Jumlah sampel.   |
| 8  | Anjelina Dwi Senda, Suhardi M. Anwar, dan Andi Rizkiyah Hasbi | a. Variabel Independen: Harga.<br>b. Alat analisis.  | a. Variabel Independen: <i>Brand Impor Thrift</i> .<br>b. Variabel Dependen: Preferensi Konsumen.<br>c. Teknik pengambilan sampel.<br>d. Jumlah sampel. |
| 9  | Bayu Putra Pratama  | a. Variabel Dependen: Minat Beli.<br>b. Alat analisis.   | a. Variabel Independen: Pengetahuan Produk.<br>b. Teknik pengambilan sampel .<br>c. Jumlah sampel.  |
| 10 | Annisa Istiqomah Tukuboya                                     | a. Variabel Independen: Kualitas Produk dan Merek.<br>b. Teknik pengambilan sampel.<br>c. Alat analisis. | a. Variabel Dependen: Keputusan Pembelian.<br>b. Jumlah sampel.   |

Sumber data: Data diolah oleh penulis dari penelitian terdahulu

Berdasarkan Tabel 2.1, dapat diketahui bahwa persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu kualitas produk dan harga, serta minat beli produk *thrifting* sebagai variabel dependen. Persamaan lainnya ialah terletak pada alat analisis yang sebagian besar menggunakan aplikasi *software* SPSS.

Adapun yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya selain jumlah sampel adalah jangkauan usia responden. Dalam penelitian sebelumnya, sebagian besar menargetkan masyarakat yang berusia 17-30 tahun sebagai subjek penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini, menargetkan individu dari berbagai generasi yakni mulai dari generasi X (kelahiran tahun 1965-1980) hingga generasi Alpha

(kelahiran tahun 2012 keatas) yang kemudian dilakukan perbandingan antar generasi tersebut.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Minat Beli**

#### **a. Definisi Minat Beli**

Minat beli adalah perilaku konsumen sebelum membeli suatu produk yang didasari pengalamannya ketika memilih, menginginkan atau menggunakan produk. Minat beli merupakan perilaku/perbuatan yang timbul sebagai reaksi terhadap suatu objek yang menunjukkan hasrat konsumen untuk melakukan pembelian. Mereka juga mengatakan bahwa dalam minat beli, konsumen akan cenderung membeli merek yang paling disukai, tetapi terdapat dua faktor yang pemicu antara niat pembelian dan keputusan pembelian yakni faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor-faktor yang tidak terduga seperti pendapatan harga dan manfaat yang diharapkan dari produk.<sup>33</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Beli**

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang dalam minat beli suatu barang adalah sebagai berikut:<sup>34</sup>

##### 1) Budaya

Budaya menjadi alasan yang mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa. Sehingga dengan mempelajari perilaku manusia, hal ini akan memberikan

<sup>33</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, dan Marc Oliver Opresnik, *Principles of Marketing*, 177.

<sup>34</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, dan Marc Oliver Opresnik, 159.

peluang bagi para produsen untuk melihat perubahan budaya dan menemukan produk baru yang diinginkan oleh konsumen.

## 2) Keluarga

Setiap anggota keluarga memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa. Karena mereka akan saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain untuk membuat suatu pilihan.

## 3) Gaya Hidup

Sekumpulan orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin memiliki gaya hidup yang cukup berbeda. Gaya hidup merupakan pola hidup dari seseorang yang dinyatakan melalui perilaku dalam kehidupan sehari-harinya.

## 4) Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi guna membentuk gambaran yang bermakna. Seseorang dapat membentuk persepsi yang berbeda berdasarkan rangsangan yang sama karena tiga proses yakni perhatian selektif distorsi selektif dan retensi selektif.

### c. Indikator Minat Beli

Terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat pembelian konsumen. Berikut yang merupakan dimensi dalam minat beli:<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, dan Marc Oliver Opresnik, 178-179.

1) Kesadaran (*Awareness*)

Konsumen menyadari kebutuhan akan barang tertentu. Dimana kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal, yang berasal dari keinginan dalam diri seseorang dan juga bisa dipicu oleh rangsangan eksternal melalui suatu iklan atau diskusi antar teman.

2) Ketertarikan (*Interest*)

Ketika konsumen tertarik pada suatu produk, maka secara aktif berusaha mencari informasi tersebut. Biasanya konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber yang meliputi sumber pribadi (keluarga, rekan, tetangga), sumber komersial (iklan, penyalur, situs web), dan sumber publik (media massa, pencarian internet, organisasi konsumen).

3) Evaluasi (*Evaluation*)

Konsumen melakukan pertimbangan secara menyeluruh apakah produk tersebut layak untuk dicoba dan dipergunakan. Sikap evaluasi ini tergantung pada kepribadian dan situasi konsumen. Dalam kasus tertentu, ketika mengevaluasi konsumen cenderung mengandalkan dorongan dan intuisi, ada juga yang menggunakan kalkulasi secara cermat dan pemikiran logis.

4) Percobaan (*Trial*)

Konsumen melakukan pembelian dalam skala kecil untuk meningkatkan nilai dari barang tersebut.

5) Adopsi (*Adoption*)

Konsumen memutuskan untuk menggunakan produk tersebut secara penuh dalam jangka panjang dan mulai merekomendasikan kepada orang lain.

## 2. Label Merek

### a. Definisi Label Merek

Dalam pengertian tradisional, merek adalah seperangkat gambar atau sebuah nama, logo, dan *tagline* yang membedakan penawaran produk atau jasa milik perusahaan dari pesaingnya.<sup>36</sup> Seperti yang dikatakan oleh Keller bahwa merek yakni istilah, nama, tanda, simbol, desain atau gabungan dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau penjual dalam membedakan produknya dari banyaknya pesaing.<sup>37</sup>

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa label merek pada pakaian adalah sebuah tanda/atribut yang digunakan untuk memberikan informasi seputar produk dan nama produk atau *brand* tersebut.

### b. Fungsi Label Merek

Label merek tidak hanya digunakan sebagai alat penyampaian informasi, namun juga memiliki fungsi sebagai berikut:<sup>38</sup>

- 1) Sebagai iklan dan *branding* sebuah produk.
- 2) Label menentukan kelas produk.

<sup>36</sup> Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan, *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019), 45.

<sup>37</sup> Kevin Jane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 30.

<sup>38</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 276.

- 3) Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa penciptanya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).
- 4) Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

### c. Indikator Label Merek

Dimensi utama yang membentuk sebuah merek sebagai berikut:<sup>39</sup>

#### 1) Identitas merek

Dengan mengidentifikasi secara fisik terkait merek atau produk sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengenali dan membedakannya dari merek produk lain, misalnya logo, warna, identitas korporat perusahaan, lokasi, dan *tagline*.

#### 2) Kepribadian merek

Kepribadian merek ialah ciri khas yang dimiliki suatu merek yang membentuk kepribadian tertentu, sehingga pelanggan bisa dengan mudah membedakannya dari merek lain dalam kategori yang sama seperti kewibawaan, ketegasan, ketangguhan, atau kekuatan, kreatif dan mandiri.

#### 3) Sikap dan perilaku merek

Merupakan sikap atau perilaku suatu merek yang berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan dengan memberikan manfaat dan nilai sikap dan perilaku, termasuk sikap dan perilaku konsumen, perilaku aktivitas dan atribut yang melekat pada

---

<sup>39</sup> Kevin Jane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 107.

merek ketika berinteraksi dengan konsumen, termasuk perilaku karyawan dan pemilik merek.

#### 4) Manfaat dan keunggulan merek

Nilai dan manfaat yang diberikan merek kepada konsumen tersebut yang akan membuat konsumen merasakan manfaat yang dapat diperoleh dari kebutuhan, keinginan, dan obsesi mereka dari apa yang ditawarkan.

### 3. Kualitas Produk

#### a. Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* penting dalam pemasaran. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, dimana kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Dalam artian sempit kualitas diartikan sebagai bebas dari kerusakan.<sup>40</sup>

#### b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah:<sup>41</sup>

##### 1) Fungsi suatu produk

Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

##### 2) Wujud luar

Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.

<sup>40</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 272.

<sup>41</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 123.

### 3) Biaya produk bersangkutan

Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai ke tangan pembeli.

### 4) Pasar

Pasar atau target market merupakan ruang lingkup yang memungkinkan konsumen membutuhkan suatu produk atau barang dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga konsumen dapat melakukan permintaan dan mendapatkan produk sesuai yang diinginkannya.

## c. Indikator Kualitas Produk

Terdapat beberapa indikator dalam kualitas produk yakni sebagai berikut:<sup>42</sup>

### 1) Kinerja (*performance*)

Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli. Kinerja dari produk memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.

### 2) Keandalan (*reliability*)

Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan. Tingkat risiko kerusakan produk menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima pada suatu produk semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh.

<sup>42</sup> Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*, 17.

### 3) Daya tahan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Daya tahan produk biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.

### 4) Estetika (*aesthetic*)

Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.

## 4. Harga

### a. Definisi Harga

Dalam arti yang sempit harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Sedangkan dalam artian luas, harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa sebagai jumlah dari nilai yang ditukar konsumen guna mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Harga adalah harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, di mana semua elemen lainnya melambangkan biaya. Harga juga merupakan satu dari elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, artinya harga dapat berubah dengan cepat.<sup>43</sup>

Harga menjadi faktor kunci bagi pelanggan dalam membuat keputusan pembelian. Konsumen akan menganalisis biaya dari produk

---

<sup>43</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 345.

yang mereka pilih kemudian menentukan apakah harga tersebut masuk akal atau tidak, hal ini berkenaan dengan nilai produk dan kendala keuangan mereka.

### **b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga**

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga adalah sebagai berikut:<sup>44</sup>

#### 1) Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah.

#### 2) Penawaran dan Permintaan

Permintaan adalah sejumlah permintaan akan barang tertentu oleh konsumen yang didasari tingkatan harga barang tersebut.

Penawaran merupakan kuantitas harga barang yang ditawarkan oleh produsen sebagai penyedia barang dan jasa.

#### 3) Elastisitas Permintaan

Sifat permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

#### 4) Persaingan

---

<sup>44</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2005), 242.

Nilai jual suatu barang seringkali dipengaruhi oleh ketatnya persaingan pasar. Dalam persaingan, penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula, banyaknya penjual dan pembeli akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli yang lain.

#### 5) Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya maka akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, maka akan menghasilkan keuntungan.

#### 6) Tujuan Manajer

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan yang akan dicapai.

#### 7) Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga titik pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha ke arah monopoli.

### c. Indikator Harga

Berikut merupakan indikator-indikator harga diantaranya adalah:<sup>45</sup>

<sup>45</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 346.

### 1) Keterjangkauan Harga

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

### 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut.

### 3) Daya Saing Harga

Dalam pasar, Perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampaui tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

### 4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.

## 5. *Thrift Shop*

Istilah *thrift* pertama kali muncul dalam bahasa Inggris pada abad pertengahan, di masa itu menggambarkan keadaan atau fakta berkembang, kemakmuran, dan penghematan. Awal mula terjadinya kegiatan jual-beli barang bekas sekitar tahun 1300-an. Pada masa itu, di alun-alun pasar banyak dijumpai pakaian bekas yang ditumpuk dan dijual. Kemudian perdagangan barang bekas berkembang menjadi sebagai sistem barter yang melayani individu kelas bawah saat masyarakat mulai modern.<sup>46</sup>

*Thrift* dalam bahasa Inggris memiliki arti penghematan. Menurut Cambridge-Dictionary *thrift* artinya menggunakan uang secara hati-hati, utamanya untuk menghindari pemborosan. Menurut kamus Meriam-Webster *thrift shop* adalah toko yang menjual barang bekas dan terutama pakaian dan sering dijalankan untuk tujuan amal.<sup>47</sup> Namun di Indonesia *thrift shop* lebih lazim digunakan untuk menyebut toko yang menjual pakaian atau barang bekas tanpa ada tujuan amal.

---

<sup>46</sup> Esti Oktawiningsih dan Abdul Ghofar Saifudin, "Fenomena *Thrifting* Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa" *Jurnal Sahmiyya* 2, no.2 (Juni 2023), 348.

<sup>47</sup> Fitria Ayu L, Radlyah Hasan Jan, Ridwan Tabe, dan Yulia Songkaton, "Young Entrepreneur in Manado City Explore Diverse Perspectives in the Thriving Online Thrift Shop Business," *Kawanua International Journal of Multicultural Studies* 4, no.2 (Desember 2023), 119.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena dipergunakan untuk menguji hipotesis tertentu. Penelitian ini juga menggunakan netnografi, yakni suatu penelitian yang berbasis media sosial sebuah pendekatan yang mengadopsi metode etnografis untuk memahami interaksi sosial melalui komunikasi digital kontemporer biasanya untuk mengamati tingkah laku, aktivitas, pola, atau kecenderungan subjek penelitian.<sup>48</sup> Seperti halnya yang dilakukan Musari<sup>49</sup> yang menggunakan netnografi sebagai salah satu pendekatan dalam artikelnya.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau pengaruh satu atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen.<sup>50</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh label merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.

---

<sup>48</sup> Khairunnisa Musari, "Twinning the Green Transition and Digitalization on the Islamic Philanthropy Institutions: Evidence in Indonesia (SCOPUS)," di *Perspective on the Transition toward Green and Climate Neutral/ Economies in Asia*, ed. P.Ordonez de Pablos, M.N. Almunawar, dan M. Anshari (Hershey: IGI Gobal, 2023), 274-285.

<sup>49</sup> Khairunnisa Musari, "Driving Sustainable Supply Chain and Digital Transformation in Halal Sectors: Evidence in ASEAN-5 (SCOPUS)," di *Strengthening Sustainable Digitalization of Asian Economy and Society*, ed. P.Ordonez de Pablos, M.N. Almunawar, dan M. Anshari (Hershey: IGI Gobal, 2024), 87-100.

<sup>50</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 119.

## B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>51</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @belibajuuyuk, yang mana akun tersebut telah memiliki pengikut sebanyak 13 ribu pengguna. Meskipun memiliki ribuan pengikut, sebagian besar dari pengikut @belibajuuyuk merupakan akun yang telah nonaktif, sehingga dapat dikatakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak pasti atau tidak diketahui.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>52</sup> Metode pengambilan sampel yang dipakai adalah metode *non-probability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selain itu, pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.<sup>53</sup>

Oleh karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka besaran sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah minimal 30 dan maksimal 500 responden, seperti yang dikemukakan oleh Ferdinand terkait beberapa pedoman untuk menentukan besaran sampel, salah satunya ialah “Ukuran

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 80.

<sup>52</sup> Sugiyono, 81.

<sup>53</sup> Aminatus Zahriyah, Suprianik, Agung Parmono, dan Mustofa, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2021), 9-10.

sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.<sup>54</sup> Adapun kriteria untuk pengambilan sampel berupa:

1. Memiliki pemahaman mengenai produk *thrifting*
2. Pernah melakukan pembelian *online* di akun @belibajuuyuk.
3. Bersedia mengisi kuesioner.

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah serangkaian kegiatan dalam penelitian yang meliputi pencatatan suatu peristiwa dan informasi yang akan membantu dalam proses penelitian dengan tujuan memperoleh data. Data yang dikumpulkan berupa variabel independen, variabel dependen, data primer ataupun data sekunder yang berkaitan dengan responden sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer sebagai sumber data.

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>55</sup> Adapun instrumen pengumpulan data berupa kuesioner (angket).

Kuesioner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.<sup>56</sup> Model kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala dimana responden memilih skor pada

---

<sup>54</sup> Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2014), 173.

<sup>55</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 134.

<sup>56</sup> Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 248.

kolom sesuai dengan penilaian responden mengenai pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui Google Form pada konsumen yang pernah membeli pakaian *thrift* di akun Instagram @belibajuuyuk. Kuesioner berisi pertanyaan atau pernyataan menyangkut tentang pengaruh label merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli barang *thrifting*.

#### **D. Analisis Data**

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan cara mengumpulkan data, yang kemudian akan diolah dengan menggunakan alat bantu analisis kuantitatif. Adapun aplikasi statistik yang dipakai untuk pengolahan data adalah *Statistic Package for Social Science (SPSS)*.

##### **1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>57</sup>

##### **2. Uji Instrumen Penelitian**

Pengujian instrumen ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut akurat atau tidak. Penelitian ini menggunakan skala Likert yang merupakan skala psikometrik yang umumnya digunakan dalam kuesioner/angket. Menurut Suliyanto, skala Likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial. Skala

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 147.

Likert selalu ganjil dan selalu ada pilihan netral atau *undecided*.<sup>58</sup> Maka dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima interval respon yakni sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Tingkatan Skala Likert**

| Kategori                  | Skor   |
|---------------------------|--------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5 poin |
| Setuju (S)                | 4 poin |
| Netral (N)                | 3 poin |
| Tidak Setuju (ST)         | 2 poin |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 poin |

Dalam pengujian instrumen penelitian, sudah dipastikan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Karena instrumen yang baik harus valid dan reliabel.<sup>59</sup> Uji validitas dilakukan guna menunjukkan valid atau tidak validnya sebuah kuesioner. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi respon seseorang dalam mengisi kuesioner.

a) Uji Validitas

Validitas dalam penelitian kuantitatif dikemukakan oleh pakar metode sebagai “*the degree to which it measures what it is supposed to measure*” yang berarti bahwa validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur yang menekankan pada bukti, kebenaran, objektivitas, deduksi, logika, fakta dan numerik.<sup>60</sup> Jadi dapat dikatakan bahwa uji

<sup>58</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2011), 10.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 123.

<sup>60</sup> Dyah Budiastuti dan Agustinus Bandur, *Validitas dan Reabilitas Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 146.

validitas dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu variabel dalam sebuah penelitian.

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dalam suatu penelitian dapat dilakukan dengan pengujian *degree of freedom* (df) dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Sehingga item dianggap valid jika nilai signifikan  $< 0,05$  melalui pertimbangan :

- 1) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dinyatakan valid.
- 2) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dinyatakan tidak valid.

#### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu bentuk pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat konsistensi atau kestabilan hasil skor pada setiap instrumen dalam kuesioner penelitian. Untuk mengetahui suatu variabel dapat dikatakan reliabel atau tidak, maka dapat dilakukan pengujian tingkat reabilitas instrumen penelitian menggunakan rumus Cronbach alpha dengan rintangannya koefisien berkisar antara 0 (tanpa reliabilitas) sampai dengan 1 (reliabilitas sempurna). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach alpha lebih besar ( $>$ ) 0,60.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda dengan basis *Ordinary Least Square* (OLS). Dalam uji asumsi klasik ini terdapat beberapa tahapan yang harus dipenuhi, diantaranya adalah:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang diperlukan untuk menilai sebaran data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak.<sup>61</sup> Dalam pengujian normalitas, peneliti menggunakan uji normalitas Kolomogorov Smirnov. Data dapat dikatakan normal apabila memiliki nilai signifikansi  $>0,05$ . Begitu pula sebaliknya, apabila nilai signifikansi  $<0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Merupakan uji yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antar variabel independen dan variabel dependen. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan variabel dependen.<sup>62</sup> Sehingga untuk melihat ada atau tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai

*Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun kriteria yang digunakan dalam melakukan uji multikolinieritas adalah:

- 1) Jika nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  dan VIF berkisar 1-10, maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *Tolerance*  $< 0,10$  dan VIF  $> 10$ , berarti terdapat masalah multikolinieritas.

<sup>61</sup> Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, dan M. Budiantara, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: Sibuku Media, 2017), 79.

<sup>62</sup> Efiyaldi Yaldi, dkk, "Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 1 (2022): 95. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/89>.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yakni adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan model regresi. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas, maka dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Ketentuan dari uji Glejser adalah:<sup>63</sup>

- 1) Apabila nilai probabilitas signifikansi di atas 5%, maka tidak terdapat tanda heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Apabila nilai probabilitas signifikansi di bawah 5%, maka terdapat tanda heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, sebab variabel independen yang dipakai lebih dari satu. Mulanya analisis regresi berganda diterapkan oleh ahli ekonometri untuk menerjemahkan akibat dari kegiatan ekonomi pada berbagai segmen ekonomi.<sup>64</sup> Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau

---

<sup>63</sup> Sihabudin, dkk., *Ekonometrika Dasar : Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (Banyumas: Pena Persada, 2021), 126.  
<https://dosen.ikpsiliwangi.ac.id/wpcontent/uploads/sites/6/2022/02/Full-PDF-Ekonometrika-Dasar-dikompresi.pdf>.

<sup>64</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, 53.

variabel estimator atau variabel independen terhadap satu variabel terikat atau variabel dependen.<sup>65</sup>

Dalam regresi berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas, di samping juga terdapat pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti ( $\epsilon$ ).<sup>66</sup> Sehingga dari hubungan fungsional antar variabel tergantung dengan variabel bebas tersebut diperoleh rumusan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \epsilon$$

Pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda dimaksudkan untuk melihat pengaruh label merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*. Berikut model regresi linier berganda:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel Minat Beli (Dependen)

$a$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Variabel Label Merek (Independen)

$X_2$  = Variabel Kualitas Produk (Independen)

$X_3$  = Variabel Harga (Independen)

$\epsilon$  = Standar Error

## 5. Uji Hipotesis

<sup>65</sup> Aminatus Zahriyah, Suprianik, Agung Parmono, dan Mustofa, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*, 62.

<sup>66</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, 54.

### a. Uji Parsial t

Uji t merupakan uji yang dipakai guna mengetahui adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Adapun tahapan untuk pengujian t ini adalah sebagai berikut:<sup>67</sup>

1) Menentukan hipotesis. Adapun hipotesis yang digunakan dalam uji t ini adalah:

Ha1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara label merek terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

H<sub>0</sub>1 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara label merek terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

Ha2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

H<sub>0</sub>2 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

Ha3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk.

<sup>67</sup> Dewi Widyarningsih, *Statistika Bisnis* (Semarang: Yayasan Prima Agusteknik, 2021), 191. [https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_3781ede472191c42fd07f378a782e4610ad537ff\\_1652930042.pdf](https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_3781ede472191c42fd07f378a782e4610ad537ff_1652930042.pdf).

$H_03$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* @belibajuuyuk

- 2) Menentukan tingkat probabilitas/signifikansi sebesar 5% atau 0,05.
- 3) Membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, dengan kriteria pengambilan kesimpulan sebagai berikut:
  - a) Apabila nilai  $sig > 0,05$  dan  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.
  - b) Apabila nilai  $sig < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

#### b. Uji F (Simultan)

Uji  $f$  merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dan nilai  $F_{tabel}$ . Uji  $F$  dalam regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan yang ditunjukkan oleh tabel ANOVA.<sup>68</sup> Adapun kriteria dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis. Adapun hipotesis yang digunakan dalam uji  $f$  ini adalah:

<sup>68</sup> Ana Zuhrotun Nihayah, *Bahan Ajar 2019 : Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0* (Semarang: UIN Walisongo, 2019), 21. <https://febi.walisongo.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/EBOOK-SOFTWARE-SPSS-23-3.0.pdf>.

$H_a$ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara label merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara label merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop @belibajuuyuk*.

- 2) Menentukan tingkat probabilitas/signifikansi sebesar 5% atau 0,05.
- 3) Melakukan perbandingan antara  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ , dengan kriteria pengambilan kesimpulan sebagai berikut:
  - a) Apabila nilai  $F\text{-statistic} < 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
  - b) Apabila nilai  $F\text{-statistic} > 0,05$  dan  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) disebut juga uji *R-square*, dimana uji digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu model dalam menjabarkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat besaran nilai  $R^2$ . Persyaratan yang harus dilakukan sebelum uji koefisien determinasi adalah dengan hasil pengujian dari uji F. Apabila hasil yang diperoleh pada uji F tidak signifikan, maka uji *R-square* tidak dapat dilakukan.<sup>69</sup>

<sup>69</sup> Paiman, *Teknik Analisis Korelasi dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian* (Yogyakarta : UPY Press), 111. <http://repository.upy.ac.id/2068/>.

Nilai koefisien determinasi yang baik adalah berada diantara 0-1 atau  $0 < R^2 < 1$  dengan asumsi apabila nilai yang dihasilkan tersebut semakin mendekati angka 1 maka semakin kuat pengaruh antar variabel tersebut.

**Tabel 3.2**  
**Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| No. | Profesi atau Internal Koefisien | Keterangan    |
|-----|---------------------------------|---------------|
| 1.  | 0% -19,99%                      | Sangat Rendah |
| 2.  | 20% -39,99%                     | Rendah        |
| 3.  | 40% -59,99%                     | Sedang        |
| 4.  | 60% -79,99%                     | Kuat          |
| 5.  | 80% -100%                       | Sangat Kuat   |

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RnD*



## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @belibajuuyuk yang merupakan salah satu toko pakaian berbasis *online* yang menjual pakaian bekas atau yang dikenal dengan *thrift shop*. Adapun lokasi toko asli dari akun ini berada di Jalan Otista Klanceng Putih No.1, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember. Kemudian yang menjadi sasaran dari penelitian ini adalah para pengikut akun Instagram @belibajuuyuk yang memiliki minat terhadap pakaian *thrift* di akun tersebut.

@belibajuuyuk merupakan toko *thrift* yang didirikan pada tahun 2018 yang berfokus pada penjualan *online* saja, kemudian pada tahun 2020 mulai dibuka secara *offline*. Adapun untuk supplier barang dari @belibajuuyuk berasal dari Jakarta yang berperan sebagai pihak kedua, sedangkan pihak pertama impor dari negara asal mula barang tersebut. Jadi @belibajuuyuk ini menjadi konsumen pihak ketiga yang kemudian akan diperjualbelikan kepada konsumen akhir. Dalam sekali ekspedisi, @belibajuuyuk memperoleh 4 bal barang impor dan menghabiskan dana sebesar 20-30 juta. Untuk kegiatan pembongkaran barang, pengukuran pakaian, hingga memposting barang di sosial media, semua dikerjakan sendiri oleh pemilik akun @belibajuuyuk.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Linda L Diana, diwawancara oleh Penulis, Jember, 17 Mei 2024.

Akun @belibajuuyuk merupakan toko *thrift* yang menjual pakaian khusus wanita seperti: *blouse*, kemeja, *crewneck*, jaket, *hoodie*, kulot, celana *jeans*, dan koleksi *fashion* lainnya. Selain menggunakan Instagram, akun ini juga menggunakan Shopee dan grup WhatsApp untuk memasarkan produknya. Akun @belibajuuyuk memiliki toko yang bisa dikunjungi secara *offline* yang buka pada hari Senin-Sabtu jam 09.30-20.00 WIB. Akun ini juga kerap melakukan kolaborasi dengan toko *online thrift* lainnya. Seperti pada Bulan Ramadan lalu, akun @belibajuuyuk berkolaborasi dengan akun @mysecondbabie, mereka membuka *stand* pakaian *thrift* di P4 Lippo Plaza dan Alun-alun Jember.<sup>71</sup>

## B. Penyajian Data

Penyajian data penelitian berisi tentang temuan-temuan penting dari masing-masing variabel yang digunakan kemudian dituangkan secara singkat dalam bentuk tabel, tabulasi data, angka statistik atau grafik.<sup>72</sup>

### 1. Deskripsi Responden

Data responden diperoleh dari penyebaran kuesioner *online* melalui Google Form. Kemudian data yang terkumpul akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, kelahiran, pekerjaan, penghasilan, dan pembelian di akun selain pada akun @belibajuuyuk.

Jumlah responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner adalah sebanyak 110 responden. Hal ini sudah dapat dikatakan memenuhi jumlah target dari sampel yang digunakan yang berkisar 30-500

<sup>71</sup> Reels Instagram @belibajuuyuk.

<sup>72</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 83.

responden. Berikut merupakan beberapa karakteristik responden penelitian:

a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin |        |           |         |               |                    |
|---------------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|               |        | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid         | Pria   | 36        | 32,7    | 32,7          | 32,7               |
|               | Wanita | 74        | 67,3    | 67,3          | 100,0              |
|               | Total  | 110       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari jumlah total 110 responden, didapati bahwa frekuensi responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 36 responden dengan presentase 32,7%.

Sedangkan jumlah frekuensi responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 74 responden dengan presentase 67,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini didominasi oleh wanita.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Generasi/ Kelahiran

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Generasi**

| Generasi |          |           |         |               |                    |
|----------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|          |          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid    | Gen X    | 2         | 1,8     | 1,8           | 1,8                |
|          | Milenial | 35        | 31,8    | 31,8          | 33,6               |
|          | Gen Z    | 69        | 62,7    | 62,7          | 96,4               |
|          | Alpha    | 4         | 3,6     | 3,6           | 100,0              |
|          | Total    | 110       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari jumlah total 110 responden, didapati bahwa frekuensi responden yang berasal dari generasi X (kelahiran 1965-1980) sebanyak 2 orang dengan presentase 1,8%. Frekuensi responden dari generasi Y atau Milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 35 orang dengan presentase 31,8%. Frekuensi responden dari generasi Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 69 orang dengan presentase 62,7%. Sedangkan frekuensi responden dari generasi Alpha (kelahiran 2012-setelahnya) sebanyak 4 orang dengan presentase 3,6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini didominasi oleh generasi Z.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

|       |            | Pekerjaan |         |               |                    |
|-------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Pelajar    | 2         | 1,8     | 1,8           | 1,8                |
|       | Mahasiswa  | 63        | 57,3    | 57,3          | 59,1               |
|       | IRT        | 2         | 1,8     | 1,8           | 60,9               |
|       | Karyawan   | 21        | 19,1    | 19,1          | 80,0               |
|       | PNS        | 4         | 3,6     | 3,6           | 83,6               |
|       | Wiraswasta | 13        | 11,8    | 11,8          | 95,5               |
|       | Lainnya    | 5         | 4,5     | 4,5           | 100,0              |
|       | Total      | 110       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari jumlah total 110 responden, didapati bahwa frekuensi responden yang berprofesi sebagai pelajar hanya 2 orang dengan presentase 1,8%. Responden yang berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 63 orang dengan presentase 57,3%. Responden yang berprofesi sebagai ibu

rumah tangga hanya 2 orang dengan presentase 1,8%. Responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta (karyawan) sebanyak 21 orang dengan presentase 19,1%. Responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 4 orang dengan presentase 3,6%. Responden yang berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 13 orang dengan presentase 11,8%. Sedangkan jumlah frekuensi responden yang berprofesi selain dari opsi tersebut sebanyak 5 orang dengan presentase 4,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini didominasi oleh mahasiswa.

d. Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan**

|       |                             | Penghasilan |         |               |                    |
|-------|-----------------------------|-------------|---------|---------------|--------------------|
|       |                             | Frequency   | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | <Rp 500.000                 | 22          | 20,0    | 20,0          | 20,0               |
|       | Rp 500.000- Rp 1.000.000    | 21          | 19,1    | 19,1          | 39,1               |
|       | Rp 1.000.000- Rp 3.000.000  | 33          | 30,0    | 30,0          | 69,1               |
|       | Rp 3.000.000- Rp 6.000.000  | 24          | 21,8    | 21,8          | 90,9               |
|       | Rp 6.000.000- Rp 10.000.000 | 7           | 6,4     | 6,4           | 97,3               |
|       | >Rp 10.000.000              | 3           | 2,7     | 2,7           | 100,0              |
|       | Total                       |             | 110     | 100,0         | 100,0              |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari jumlah total 110 responden, didapati bahwa frekuensi responden yang memiliki penghasilan < Rp 500.000 sebanyak 22 orang dengan presentase 20%. Responden yang memiliki penghasilan Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000

sebanyak 21 orang dengan presentase 19,1%. Responden yang memiliki penghasilan Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 sebanyak 33 orang dengan presentase 30%. Responden yang memiliki penghasilan Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000 sebanyak 24 orang dengan presentase 21,8%. responden yang memiliki penghasilan Rp 6.000.000 s/d Rp 10.000.000 sebanyak 7 orang dengan presentase 6,4%. Sedangkan jumlah frekuensi responden yang memiliki penghasilan > Rp 10.000.000 sebanyak 3 orang dengan presentase 2,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki penghasilan Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000.

- e. Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian pada Akun selain @belibajuuyuk

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Pembelian pada Akun Lain**  
**Pembelian *thrift* pada akun lain**

|       |                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Bestthrift.bwx  | 39        | 35,5    | 35,5          | 35,5               |
|       | Cattywear.id    | 19        | 17,3    | 17,3          | 52,7               |
|       | Mysecondbabie   | 29        | 26,4    | 26,4          | 79,1               |
|       | Tidak ketiganya | 23        | 20,9    | 20,9          | 100,0              |
|       | Total           | 110       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa dari jumlah total 110 responden, didapati bahwa frekuensi responden yang membeli pakaian *thrift* selain akun @belibajuuyuk diantaranya adalah terdapat 39 pengguna yang membeli pada akun @bestthrift.bwx dengan presentase 35,5%. Sebanyak 19 pengguna yang membeli pada akun

@cattywear.id dengan presentase 17,3%. Sebanyak 29 pengguna yang membeli pada akun @mysecondbabie dengan presentase 26,4%. Sedangkan jumlah responden yang membeli pakaian *thrift* pada akun lain diluar opsi sebanyak 23 pengguna dengan presentase 20,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini selain melakukan pembelian pakaian *thrift* pada akun @belibajuuyuk, mereka juga membeli pada akun @bestthrift.bwx.

### C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

Untuk menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini, data-data yang telah dikumpulkan harus diolah terlebih dahulu menggunakan rumus statistik yang sesuai untuk kemudian digunakan dalam menguji hipotesis.<sup>73</sup>

#### 1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan sebuah uji yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi dan digunakan untuk memberikan gambaran dari nilai maksimal, minimal, *mean* serta standar deviasi pada setiap variabel yang digunakan.<sup>74</sup> Hasil uji deskriptif adalah sebagai berikut :

---

<sup>73</sup> Tim Penyusun, 83.

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 147.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Deskriptif**

| <b>Descriptive Statistics</b> |     |         |         |       |                |
|-------------------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
|                               | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
| Label Merek                   | 110 | 6       | 19      | 15,75 | 2,144          |
| Kualitas Produk               | 110 | 11      | 19      | 16,11 | 1,644          |
| Harga                         | 110 | 12      | 20      | 16,38 | 1,708          |
| Minat Beli                    | 110 | 14      | 25      | 20,29 | 2,488          |
| Valid N<br>(listwise)         | 110 |         |         |       |                |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada Tanel 4.5 maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Variabel Label Merek pada tabel diatas memiliki nilai minimum 6, maksimum 19, *mean* 15,75 dan nilai *standar deviation* sebesar 2,144.
- b. Variabel Kualitas Produk pada tabel diatas memiliki nilai minimum 11, maksimum 19, *mean* 16,11 dan nilai *standar deviation* sebesar 1,644.
- c. Variabel Harga pada tabel diatas memiliki nilai minimum 12, maksimum 20, *mean* 16,38 dan nilai *standar deviation* sebesar 1,708.
- d. Variabel Minat Beli pada tabel diatas memiliki nilai minimum 14, maksimum 25, *mean* 20,29 dan nilai *standar deviation* sebesar 2,488.

## 2. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini dilakukan pada setiap indikator dari 4 variabel yaitu label merek (X1), kualitas produk (X2), harga (X3), dan minat beli (Y). Dalam hal ini setiap indikator yang terdapat dalam kuesioner dikatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Adapun r tabel yang didapatkan dari sampel (N) = 110 adalah sebesar 0,1874.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas**

| Variabel        | Indikator | R        |         | Sig       |       | Keterangan |
|-----------------|-----------|----------|---------|-----------|-------|------------|
|                 |           | r hitung | r tabel | Nilai Sig | Batas |            |
| Label Merek     | X1.1      | 0,720    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X1.2      | 0,767    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X1.3      | 0,556    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X1.4      | 0,681    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
| Kualitas Produk | X2.1      | 0,629    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X2.2      | 0,612    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X2.3      | 0,696    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X2.4      | 0,613    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
| Harga           | X3.1      | 0,754    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X3.2      | 0,640    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X3.3      | 0,546    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | X3.4      | 0,685    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
| Minat Beli      | Y.1       | 0,688    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | Y.2       | 0,704    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | Y.3       | 0,649    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | Y.4       | 0,714    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |
|                 | Y.5       | 0,675    | 0,1874  | 0,00      | 0,05  | Valid      |

Sumber : Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024

Sehingga merujuk pada hasil dari uji validitas dihasilkan bahwa semua instrumen dari variabel X yang terdiri dari X1, X2, X3 semuanya menghasilkan nilai r hitung > r tabel. Selain itu variabel

Minat Beli (Y) juga menghasilkan nilai  $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan konsistensi dari instrumen penelitian. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach alpha lebih dari 0,60. Jika nilai yang didapat sebaliknya, maka dianggap tidak reliabel.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel        | Cronbach Alpha | Batasan | Keterangan |
|-----------------|----------------|---------|------------|
| Label Merek     | 0,794          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,788          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,778          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,775          | 0,60    | Reliabel   |
| Kualitas Produk | 0,784          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,791          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,779          | 0,60    | Reliabel   |
| Harga           | 0,785          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,777          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,797          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,781          | 0,60    | Reliabel   |
| Minat Beli      | 0,612          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,687          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,669          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,625          | 0,60    | Reliabel   |
|                 | 0,620          | 0,60    | Reliabel   |

Sumber : Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil uji reliabilitas didapatkan bahwa semua nilai dari hasil variabel X dan Y semuanya menghasilkan nilai

Cronbach alpha > 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini **reliabel**.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada pada sebaran normal. Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Apabila nilai signifikansinya >0,05 maka data tersebut terdistribusi normal dan apabila nilai signifikansinya <0,05 maka data dikatakan tidak terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada nilai *Asymp-Sig* pada uji Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 4.9**  
Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 110                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | ,0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 1,55585082              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | ,069                    |
|                                    | Positive       | ,069                    |
|                                    | Negative       | -,058                   |
| Test Statistic                     |                | ,069                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | ,200 <sup>c,d</sup>     |
| a. Test distribution is Normal.    |                |                         |
| b. Calculated from data.           |                |                         |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan dari hasil uji normalitas menggunakan metode Kolomogrov Smirnov didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0,2 yang mana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini **terdistribusi normal.**

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan sebuah uji yang menggambarkan hubungan linear antar variabel dalam regresi linear berganda yang ditujukan untuk melihat hubungan atau korelasi antara variabel. Pada uji multikolinieritas hasil uji dapat dilihat dari dua sisi yakni nilai *Tolerance* dan nilai VIF dengan ketentuan bahwa jika nilai  $Tolerance \leq 0,10$  dan nilai  $VIF \geq 10,00$  maka hasil penelitian dikatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Model |            | Coefficients <sup>a</sup>   |       |                           |       |       | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|-------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|       |            | Unstandardized Coefficients |       | Standardized Coefficients | t     | Sig.  | Tolerance               | VIF   |
| B     | Std. Error | Beta                        |       |                           |       |       |                         |       |
| 1     | (Constant) | -0,168                      | 1,624 |                           | -,103 | ,918  |                         |       |
|       | X1         | 0,304                       | 0,088 | 0,262                     | 3,454 | 0,001 | 0,642                   | 1,558 |
|       | X2         | 0,612                       | 0,131 | 0,404                     | 4,676 | 0,000 | 0,493                   | 2,027 |
|       | X3         | 0,355                       | 0,122 | 0,244                     | 2,911 | 0,004 | 0,526                   | 1,900 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Dari hasil perhitungan yang terdapat pada Tabel 4.10 hasil uji multikolinieritas variabel bebas yang terdiri dari X1, X2, dan X3

menunjukkan bahwa jumlah nilai *Tolerance* secara berurutan 0,642; 0,493;0562 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF ketiganya secara berurutan adalah 1,558; 2,027; dan 1,9 yang berarti kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini **bebas** dari **multikolinieritas**.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yakni adanya ketidaksamaan varian residual untuk semua pengamatan model regresi. Dalam penelitian ini, uji heterokedastisitan dilakukan menggunakan uji Glejser yakni dengan ketentuan nilai signifikan  $>0,05$ .

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

| Variabel | Nilai Signifikansi | Batasan | Keterangan       |
|----------|--------------------|---------|------------------|
| X1       | 0,278              | 0,05    | Homokedastisitas |
| X2       | 0,413              | 0,05    | Homokedastisitas |
| X3       | 0,778              | 0,05    | Homokedastisitas |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil uji signifikansi dari variabel X yang terdiri dari X1, X2, dan X3 secara berurutan menunjukkan hasil sebesar 0,278; 0,413; 0,778. Dimana ketiga nilai tersebut telah melebihi nilai standar signifikansi 5%. Sehingga dapat disimpulkan hasil data penelitian ini **homokedastisitas** atau **tidak terjadi** masalah **heterokedastisitas**.

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Adapun variabel yang diuji yakni variabel Label Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk* (Y).

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)              | -,168                       | 1,624      |                           | -,103 | ,918 |
| X1                        | ,304                        | ,088       | ,262                      | 3,454 | ,001 |
| X2                        | ,612                        | ,131       | ,404                      | 4,676 | ,000 |
| X3                        | ,355                        | ,122       | ,244                      | 2,911 | ,004 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.12 terkait hasil uji regresi linier berganda maka persamaan regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

$$Y = -0,168 + 0,304X_1 + 0,612X_2 + 0,355X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel Minat Beli (Dependen)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X1 = Variabel Label Merek (Independen)

X2 = Variabel Kualitas Produk (Independen)

$X_3$  = Variabel Harga (Independen)

$\epsilon$  = Standar Error

Setelah didapati persamaan regresi linear berganda, selanjutnya dapat diartikan bahwa :

- 1) Nilai konstanta  $\alpha = -0,168$  dengan artian bahwa  $\alpha$  sebagai konstanta memiliki nilai negatif. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen (Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga) terhadap variabel dependen (Minat Beli) dan apabila nilai ketiga variabel independen adalah 0 maka Minat Beli (Y) akan menurun sebesar 0,168.
- 2) Nilai koefisien dari variabel Label Merek ( $X_1$ ) adalah sebesar 0,304 yang menandakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1% maka nilai Minat Beli (Y) akan naik sebesar 0,304.
- 3) Nilai koefisien dari variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,612 yang menandakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1% maka nilai Minat Beli (Y) akan naik sebesar 0,612.
- 4) Nilai koefisien dari variabel Harga ( $X_3$ ) adalah sebesar 0,355 yang menandakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1% maka nilai Minat Beli (Y) akan naik sebesar 0,355.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji secara parsial merupakan sebuah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis pertama guna mengetahui apakah

terdapat pengaruh pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan dari uji secara parsial adalah apabila nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau nilai signifikansinya  $<$   $0,05$  maka dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya dan dihitung dengan membandingkan antara  $t$  hitung dengan  $t$  tabel ( $1,98260$ ).

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji  $t$  (Parsial)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)              | -,168                       | 1,624      |                           | -,103 | ,918 |
| X1                        | ,304                        | ,088       | ,262                      | 3,454 | ,001 |
| X2                        | ,612                        | ,131       | ,404                      | 4,676 | ,000 |
| X3                        | ,355                        | ,122       | ,244                      | 2,911 | ,004 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan hasil uji Tabel 4.13 dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh X1 terhadap Y

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Label Merek (X1) terhadap variabel Y adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung sebesar  $3,454 >$   $t$  tabel  $1,984$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Label Merek (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk* (Y).

2. Pengaruh X2 terhadap Y

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $4,676 > t$  tabel  $1,984$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk* (Y).

### 3. Pengaruh X3 terhadap Y

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Harga (X3) terhadap variabel Y adalah sebesar  $0,004 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $2,911 > t$  tabel  $1,984$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk* (Y).

#### b. Uji F (Simultan)

Uji simultan merupakan sebuah uji yang digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel yang ditunjukkan melalui tabel ANOVA. Tingkat signifikansi atau nilai probabilitas  $\alpha = 5\%$  atau  $0,05$  dengan kriteria pengujian apabila  $F$  hitung  $> F$  tabel dengan nilai  $2,69$  dan nilai signifikansinya  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak dan begitupun sebaliknya.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

| ANOVA <sup>a</sup>                    |            |                |     |             |        |                   |
|---------------------------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model                                 |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                                     | Regression | 410,838        | 3   | 136,946     | 55,016 | ,000 <sup>b</sup> |
|                                       | Residual   | 263,853        | 106 | 2,489       |        |                   |
|                                       | Total      | 674,691        | 109 |             |        |                   |
| a. Dependent Variable: Y              |            |                |     |             |        |                   |
| b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2 |            |                |     |             |        |                   |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan hasil uji Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $55,016 > F$  tabel 2,69. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen (Label merek, Kualitas prroduk, dan Harga) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk*).

#### 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk menjabarkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat besaran nilai  $R^2$ . Nilai dalam uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah  $0 < R^2 < 1$  dengan asumsi jika nilai koefisien determinasi yang dihasilkan semakin mendekati angka 1 maka semakin kuat pengaruh antara kedua variabel tersebut.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup>            |                   |          |                   |                            |               |
|---------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                                 | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                                     | ,780 <sup>a</sup> | ,609     | ,598              | 1,578                      | 1,722         |
| a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2 |                   |          |                   |                            |               |
| b. Dependent Variable: Y              |                   |          |                   |                            |               |

Sumber : *Data Primer SPSS 26, data diolah oleh penulis 2024*

Berdasarkan Tabel 4.15 hasil uji koefisien determinasi untuk nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,598. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Label Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh sebesar 59,8% terhadap variabel Minat Beli (Y). Sedangkan sisanya sebesar 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang ada diluar penelitian.

#### D. Pembahasan

Hasil dari penelitian ini adalah didasari pada jawaban yang diperoleh dari seluruh responden yang terlibat untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, pembahasan penelitian akan dijelaskan sebagai berikut :

##### 1. Pengaruh Label Merek terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk*

Berdasarkan hasil uji t atau uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel Label Merek (X1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop* akun Instagram @belibajuuyuk. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji secara parsial (t) untuk variabel label merek menggunakan *software* olah data SPSS 26

dimana hasil dari uji secara parsial diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung sebesar  $3,454 > t$  tabel  $1,982$  dan hal ini menunjukkan bahwa  $H_a1$  diterima dan  $H_o1$  ditolak.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Label Merek berpengaruh terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk* dan sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Annisa Istiqomah Tukuboya<sup>75</sup> pada tahun 2023 menyatakan bahwa merek memiliki pengaruh terhadap minat beli. Penelitian lain yang dilakukan oleh Indriani Puji Astuti<sup>76</sup> pada tahun 2023 juga menyatakan hal demikian bahwa merek secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli produk *thrifting*.

Selain penelitian sebelumnya, penelitian ini juga sejalan dengan buku Keller<sup>77</sup>, yang menyatakan bahwa dimensi utama dari label merek diantaranya adalah : identitas merek; kepribadian merek; sikap dan perilaku merek; manfaat dan keunggulan merek. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas yang menyatakan bahwa dari 4 indikator tersebut benar terbukti valid dan reliabel.

---

<sup>75</sup> Tukuboya, "Pengaruh," 1.

<sup>76</sup> Astuti, "Pengaruh," 71.

<sup>77</sup> Kevin Jane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 107.

## 2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Barang *Thrift*ing pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk*

Berdasarkan hasil uji t atau uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Barang *Thrift*ing pada *Online Thrift Shop* akun Instagram @belibajuuyuk. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji secara parsial (t) untuk variabel label merek menggunakan *software* olah data SPSS 26 dimana hasil dari uji secara parsial diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $4,676 > t$  tabel 1,982 dan hal ini menunjukkan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Barang *Thrift*ing pada *Online Thrift Shop @belibajuuyuk* dan sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan Saputro dan Irawati<sup>78</sup> pada tahun 2023, mengemukakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian Annisa Istiqomah Tukuboya<sup>79</sup> tahun 2023 dan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, Basalamah, dan Normaladewi<sup>80</sup> tahun 2022 yang terbukti dari hasil penelitian mereka masing-masing bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli produk *thrift*.

---

<sup>78</sup> Saputro dan Irawati, "Pengaruh," 646.

<sup>79</sup> Tukuboya, "Pengaruh," 1.

<sup>80</sup> Pratiwi, Basalamah, dan Normaladewi, "Pengaruh," 58

Selain penelitian sebelumnya, penelitian ini juga sejalan dengan buku Tjiptono<sup>81</sup>, yang menyatakan bahwa dimensi utama dari kualitas produk diantaranya adalah : kinerja; keandalan; daya tahan; dan estetika. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas yang menyatakan bahwa dari 4 indikator tersebut benar terbukti valid dan reliabel.

### **3. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop* @belibajuuyuk**

Berdasarkan hasil uji t atau uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop* akun Instagram @belibajuuyuk. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji secara parsial (t) untuk variabel label merek menggunakan *software* olah data SPSS 26 dimana hasil dari uji secara parsial diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $2,911 > t$  tabel  $1,982$  dan hal ini menunjukkan bahwa  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop* @belibajuuyuk dan sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Putri Hazizah<sup>82</sup> tahun 2022 bahwa faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan

<sup>81</sup> Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*, 17.

<sup>82</sup> Hazizah, "Faktor-faktor," 56.

pembelian adalah harga. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Saputro dan Irawati<sup>83</sup> tahun 2023 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *thrift*.

Selain penelitian sebelumnya, penelitian ini juga sejalan dengan buku Kotler dan Armstrong<sup>84</sup>, yang menyatakan bahwa dimensi utama dari harga diantaranya adalah : keterjangkauan harga; daya saing harga; kesesuaian harga dengan kualitas produk; dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji instrumen penelitian melalui uji validitas dan uji reliabilitas yang menyatakan bahwa dari 4 indikator tersebut benar terbukti valid dan reliabel.

**Tabel 4.16**  
**Pemetaan Hasil Temuan Penelitian**

| <b>Temuan</b>  | <b>Kajian Teori</b>   | <b>Penelitian Terdahulu</b>  |
|--|---|--|
| Dari hasil uji t (parsial) menyatakan bahwa Label Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli pada <i>online thrift shop @belibajuuyuk</i> . | Sejalan dengan buku Keller <sup>85</sup> yang menyatakan terdapat empat dimensi yang menjadi indikator label merek.       | Sejalan dengan penelitian Annisa Istiqomah Tukuboya <sup>86</sup> tahun 2023 yang menyatakan bahwa merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Double Thrift Jayapura. |
| Dari hasil uji t (parsial) menyatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli pada <i>online thrift shop</i>             | Sejalan dengan buku Tjiptono <sup>87</sup> yang menyatakan terdapat empat dimensi yang menjadi indikator kualitas produk. | Sejalan dengan penelitian Pratiwi, Basalamah, dan Normaladewi <sup>88</sup> tahun 2022 dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk memiliki  |

<sup>83</sup> Saputro dan Irawati, "Pengaruh," 646.

<sup>84</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 346.

<sup>85</sup> Kevin Jane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 107.

<sup>86</sup> Tukuboya, "Pengaruh," 1.

<sup>87</sup> Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*, 17.

<sup>88</sup> Pratiwi, Basalamah, dan Normaladewi, "Pengaruh," 58.

|   |   |   |
|---|---|---|
| @belibajuuyuk.  |   | pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Store Thriftermlg.   |
| Dari hasil uji t (parsial) menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli pada <i>online thrift shop</i> @belibajuuyuk. | Sejalan dengan buku Kotler dan Amrstrong <sup>89</sup> yang menyatakan terdapat empat hal yang menjadi indikator harga. | Sejalan dengan penelitian Saputro dan Irawati <sup>90</sup> tahun 2023 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk <i>second brand</i> .<br>Namun bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lianita & Ahmad tahun 2023 yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Thriftshop. <sup>91</sup> |

Berdasarkan Tabel 4.16, dapat disimpulkan bahwa masing-masing dari temuan dalam penelitian ini sejalan dengan kajian teori dan penelitian terdahulu, meskipun terdapat satu hasil yang bertentangan.

Alasan mengapa masyarakat lebih tertarik membeli pakaian *thrift* impor daripada produk lokal seperti yang dirangkum dari berbagai sumber artikel berita dan media sosial (Instagram dan TikTok) adalah karena faktor ekonomi dan gaya hidup yang konsumtif serta pengaruh *fear of missing out* (FOMO). Meskipun pemerintah telah menetapkan regulasi mengenai larangan impor *thrifting*, yang tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 40 Tahun 2022

<sup>89</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, dan Marc Oliver Opresnik, *Principles of Marketing* edisi 17, 178-179.

<sup>90</sup> Saputro dan Irawati, "Pengaruh,"

<sup>91</sup> Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri, "Pengaruh *Brand Image*," 941.

tentang perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor.<sup>92</sup> Namun masih banyak oknum-oknum yang tetap melakukan tindakan ilegal tersebut.

Jika hal ini terjadi secara terus menerus, maka dampak yang dirasakan setelah 5-10 tahun mendatang adalah : 1) Impor akan barang bekas terutama pakaian bekas semakin tinggi. 2) Menurunnya industri lokal terutama di bidang tekstil. 3) Indonesia menjadi tempat pembuangan limbah dari negara lain. Sehingga untuk mencegah hal tersebut, maka peran pemerintah dan para pemangku kepentingan (industri garmen lokal) sangat diperlukan dalam memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa produk domestik juga dapat bersaing dengan produk impor, melalui peningkatan kualitas dan kuantitas dari produk yang dihasilkan.

Dalam perspektif Islam, *thrift* merupakan sesuatu yang kompleks. Dimana praktek jual beli pakaian *thrift* diperbolehkan apabila sesuai dengan ketentuan syara' dan didasarkan atas keridaan antara pihak penjual dan pembeli serta objek yang dijual yakni pakaian *thrift*.<sup>93</sup> Dengan adanya jual beli *thrift* tersebut juga termasuk kegiatan yang menguntungkan karena dapat mengurangi penggunaan pakaian baru dan

---

<sup>92</sup> Widya Islamiati, "Mendag: Semua Barang Bekas Impor Masuk Lartas!," Kementerian Perdagangan RI, terakhir diubah 29 Maret, 2023, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/mendag-semua-barang-bekas-impor-masuk-lartas>.

<sup>93</sup> Nadya Angelina Hasibuan, Muhammad Qalyubi, dan Muhamad Aji Purwanto, "Analisis Praktik Jual Beli *Thrifting* Perspektif Hukum Positif Indonesia dan Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 1, No.4 (Juli 2024): 93.

mengurangi pengeluaran ekonomi. Namun praktik jual beli pakaian *thrift* juga menimbulkan kemudharatan yakni di dalam baju bekas tersebut di khawatirkan mengandung penyakit yang berpotensi membahayakan kesehatan pemakainya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh melalui jawaban responden yang kemudian diolah melalui proses analisis secara deskriptif maupun analisis secara deskriptif menggunakan *software* olah data SPSS versi 26 maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Label Merek (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* akun Instagram @belibajuuyuk (Y). Hal ini menunjukkan bahwa label merek dapat menjadi alasan bagi para konsumen @belibajuuyuk dalam minat membeli barang *thrift* di akun @belibajuuyuk.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* akun Instagram @belibajuuyuk (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari pakaian *thrift* menjadi alasan bagi para konsumen @belibajuuyuk dalam minat membeli barang *thrift* di akun @belibajuuyuk.
3. Variabel Harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* akun Instagram @belibajuuyuk (Y). Hal ini menunjukkan bahwa adanya penetapan harga yang sesuai dalam produk dapat menarik minat para konsumen @belibajuuyuk untuk membeli barang *thrift* di akun @belibajuuyuk.

4. Variabel Label Merek (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* akun Instagram @belibajuuyuk (Y). Hal ini menunjukkan bahwa label merek, kualitas produk, serta harga yang sesuai menjadi alasan yang saling berkaitan bagi para konsumen @belibajuuyuk dalam minat membeli barang *thrift* di akun @belibajuuyuk

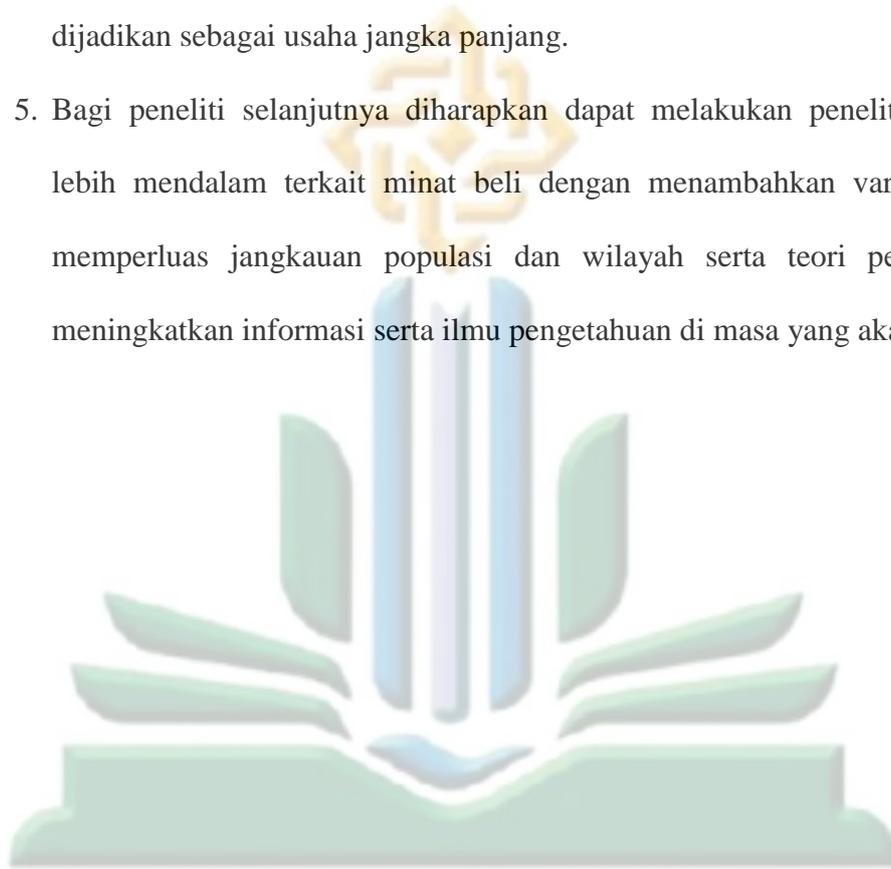
## B. Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan kesimpulan terkait pengaruh label merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli barang *thrifting* pada *online thrift shop* akun Instagram @belibajuuyuk, maka saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah :

1. Bagi konsumen *thrifting* terutama generasi Z, perlu upaya membangun kesadaran dan pengendalian perilaku konsumtif terhadap barang *thrift* dengan lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan ketika membeli tersebut.
2. Bagi pemerintah, perlu penguatan regulasi mengenai larangan impor *thrifting* seperti pemberian sanksi yang tegas berupa hukuman atau sanksi denda sehingga dapat memberikan efek jera kepada para importir ilegal *thrift*.
3. Bagi industri lokal terutama yang bergerak pada bidang tekstil untuk meningkatkan efisiensi yang dapat menghasilkan harga jual produk kompetitif sehingga produk lokal bisa bersaing dengan produk impor.
4. Bagi pedagang barang *thrift*, terutama pakaian bekas, yang berjualan dengan mendirikan *stand* di tempat terbuka, dapat memanfaatkan platform teknologi digital seperti TikTok atau media sosial (Facebook, Instagram, dan WhatsApp)

agar usaha yang dijalankan dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat dijadikan sebagai usaha jangka panjang.

5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian atau riset lebih mendalam terkait minat beli dengan menambahkan variabel-variabel, memperluas jangkauan populasi dan wilayah serta teori penelitian guna meningkatkan informasi serta ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Ariesanti, Alia, dkk. *Realitas Masyarakat dalam Potret Netnografi*. Malang: Penerbit Peneleh, 2021.
- Astuti, Indriani Puji. "Pengaruh Trend *Fashion*, Promosi *Online* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli *Fashion Thrifting* (Studi Kasus pada Akun Instagram *Bassecondstuff\_*)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023.
- Budiastuti, Dyah, dan Agustinus Bandur. *Validitas dan Reabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- Feblica, Shirley, dan Fendy Cuandra. "Analisis Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian pada Bisnis Digital *E-commerce* Shopee." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan (JMBK)* 3, no.2 (Oktober 2022): 56-70. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v3i2.82>.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2014.
- Hasibuan, Nadya Angelina, Muhammad Qalyubi, dan Muhamad Aji Purwanto. "Analisis Praktik Jual Beli Thrifting Perspektif Hukum Positif Indonesia dan Hukum Ekonomi Syariah." *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 1, no.4 (Juli 2024): 89-95.
- Hazizah, Putri. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (*Second Branded*) di Monja Pasar Raya Padang." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, 2022.
- Hidayatullah, M.F, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, dan Nur Ika Mauliyah. "Strategi *Digital Marketing* dengan Instagram dan Tik Tok Pada Butik *Dot.id*." *HUMAN FALAH Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, no.1 (Juni 2023): 126-135.
- Jasmi, Ridho Yatul. "Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Produk Hijab Store Zoya Mall Pekanbaru)." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM FISIP)* 6, edisi 2 (Desember 2019): 1-13. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/24595>.
- Keller, Kevin Jane. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Harlow: Pearson Education Inc, 2013.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019.

- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, dan Marc Oliver Opresnik. *Principles of Marketing* edisi 17. Harlow: Pearson Education, 2018.
- Murtopo, Bahrun Ali. "Etika Berpakaian Dalam Islam: Tinjauan Busana Wanita Sesuai Ketentuan Islam." *Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman dan Kemanusiaan* 1, no.2 (Oktober, 2017): 243-251.
- Musari, Khairunnisa. "Driving Sustainable Supply Chain and Digital Transformation in Halal Sectors: Evidence in ASEAN-5." Dalam *Strengthening Sustainable Digitalization of Asian Economy and Society*, diedit oleh P. Ordonez de Pablos, M.N. Almunawar, dan M. Anshari, 87-100. Hershey: IGI Global, 2024.
- Musari, Khairunnisa. "Twinning the Green Transition and Digitalization on the Islamic Philanthropy Institutions: Evidence in Indonesia." Dalam *Perspective on the Transition toward Green and Climate Neutral/Economies in Asia*, diedit oleh P. Ordonez de Pablos, M.N. Almunawar, dan M. Anshari, 274-285. Hershey: IGI Global, 2023.
- Nihayah, Ana Zuhrotun. *Bahan Ajar 2019: Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0*. Semarang: UIN Walisongo Press, 2019.
- Ningsih, Kresti Nirma. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Thrift Shop Simpang Melati (Survei Konsumen Pasar Melati Medan Tuntungan)." Skripsi, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2021.
- Niu, Fitria Ayu L, Radlyah Hasan Jan, Ridwan Tabe, dan Yulia Songkaton. "Young Entrepreneur in Manado City Explore Diverse Perspectives in the Thriving Online Thrift Shop Business." *Kawanua International Journal of Multicultural Studies* 4, no.2 (Desember 2023): 118-130. <https://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/KIJMS/article/view/687/522>.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, dan M. Budiantara. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Oktawiningsih, Esti, dan Abdul Ghofar Saifudin. "Fenomena Thrifting Terhadap Hidup Mahasiswa." *Jurnal Sahmiyya* 2, no.2 (Juni 2023): 348-353. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1800>.
- Paiman. *Teknik Analisis Korelasi dan Regresi Ilmu-Ilmu Pertanian*. Yogyakarta: UPY Press. <http://repository.upy.ac.id/2068/>.
- Pratama, Bayu Putra. "Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Baju Seken pada Toko Yomci Shop." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)* 2, no.2 (Desember 2021): 101-106. <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/61>.

- Pratiwi, Dwi Bella Fani, M. Ridwan Basalamah, dan Andi Normaladewi. "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Store Thriftermlg di Kota Malang." *e-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 11, no.3 (Agustus 2022): 51-60. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/17009>.
- Saputro, A.ang Wahyu, dan Zulfa Irawati. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk *Second Brand*." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5, no.3 (Juni 2023): 646-651. <https://www.infeb.org/index.php/infeb/article/view/515>.
- Senda, Anjelina Dwi, Suhardi M. Anwar, dan Andi Rizkiyah Hasbi. "Pengaruh *Brand Impor Thrift* dan Harga terhadap Preferensi Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo)." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)* 6, no.2 (Juni 2023): 1490-1499. <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1127/617>.
- Sihabudin, dkk. *Ekonometrika Dasar: Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Banyumas: Pena Persada, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember, 2020.
- Tjiptono, Fandy. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- Tukuboya, Annisa Istiqomah. "Pengaruh Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas pada Double Thrift Jayapura." *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science (NJMS)* 1, no.1 (Agustus 2023): 1-9. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/37/34>.
- Widyaningsih, Dewi. *Statistika Bisnis*. Semarang: Yayasan Prima Agusteknik, 2021. [https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_3781ede472191c42fd07f378a782e4610ad537ff\\_1652930042.pdf](https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_3781ede472191c42fd07f378a782e4610ad537ff_1652930042.pdf).
- Widiyaningrum, Eni. "Pengaruh *Viral Marketing*, Kepercayaan, *Fashion Lifestyle*, Harga Kompetitif dan *Store Image* terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* di Toko *Outfit.Bymee*." Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023.
- Widyaratna, Lianita, dan Ahmad Zainuri. "Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan *Fashion Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Preloved* di

Thriftshop.” *Journal of Comprehensive Science* 2, no.4 (April 2023): 941-948. <https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/view/300>.

Yaldi, Efiyaldi, dkk. “Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia.” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)* 1, no. 1 (2022): 93-100. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage/article/view/89>.

Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, dan Mustofa. *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jember: Mandala Press, 2021.

### Website

Ahdiat, Adi. “Impor Pakaian Bekas Cenderung Turun sejak Pandemi.” Databoks. Terakhir diubah 14 Maret, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/14/impor-pakaian-bekas-cenderung-turun-sejak-pandemi>.

Handoyo. “Pemerintah Larang Masuknya Baju Bekas Impor, Pedagang Mulai Sulit Dapatkan Stok.” terakhir diubah Juni 8, 2023. <https://nasional.kontan.co.id/news/pemerintah-larang-masuknya-baju-bekas-impor-pedagang-mulai-sulit-dapatkan-stok>.

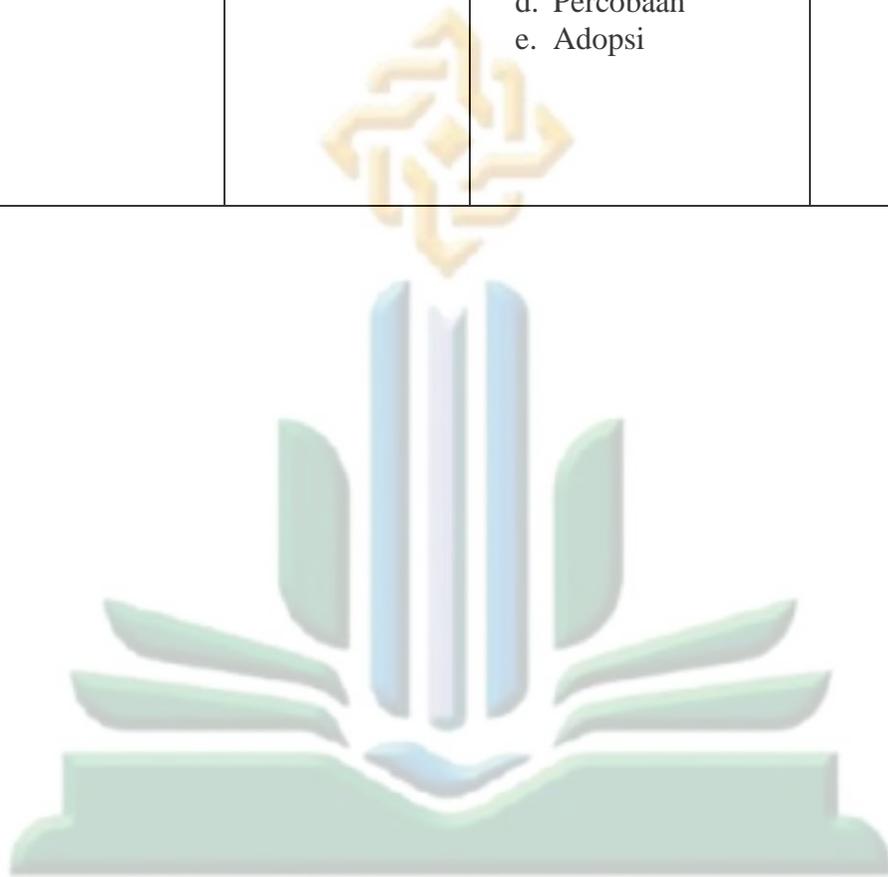
Islamiati, Widya. “Mendag: Semua Barang Bekas Impor Masuk Lartas!.” Kementerian Perdagangan RI. Terakhir diubah 29 Maret, 2023. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/mendag-semua-barang-bekas-impor-masuk-lartas>.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

### MATRIKS JUDUL PENELITIAN

| Judul Penelitian  | Variabel   | Indikator  | Sumber Data                | Metode Penelitian  | Rumusan Masalah  |
|---|--|--|----------------------------|--|--|
| Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Barang <i>Thrifting</i> Pada <i>Online Thrift Shop</i> : Studi Kasus pada Akun Instagram @belibajuuyuk | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Label Merek (X1)</li> <li>2. Kualitas Produk (X2)</li> <li>3. Harga (X3)</li> <li>4. Minat Beli (Y)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Label Merek:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Identitas merek</li> <li>b. Kepribadian merek</li> <li>c. Sikap dan perilaku merek</li> <li>d. Manfaat dan keunggulan merek</li> </ol> </li> <li>2. Kualitas Produk:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kinerja</li> <li>b. Keandalan</li> <li>c. Daya tahan</li> <li>d. Estetika</li> </ol> </li> <li>3. Harga Miring:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan harga</li> <li>b. Daya saing harga</li> <li>c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk</li> </ol> </li> <li>4. Minat Beli:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kesadaran</li> <li>b. Ketertarikan</li> </ol> </li> </ol> | Data Primer:<br>Kuesioner. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan penelitian: Kuantitatif.</li> <li>2. Metode pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i>.</li> <li>3. Teknik pengumpulan data: Angket (kuesioner).</li> <li>4. Analisis data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Statistik deskriptif.</li> <li>b. Uji instrumen: uji validitas dan uji reliabilitas.</li> <li>c. Uji asumsi klasik</li> <li>d. Uji regresi linier berganda.</li> <li>e. Uji hipotesis:</li> </ol> </li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah label merek berpengaruh terhadap minat beli barang <i>thrifting</i> pada <i>online thrift shop</i> @belibajuuyuk?</li> <li>2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli barang <i>thrifting</i> pada <i>online thrift shop</i> @belibajuuyuk?</li> <li>3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli barang <i>thrifting</i> pada <i>online thrift shop</i> @belibajuuyuk?</li> <li>4. Apakah label merek, kualitas produk, dan harga</li> </ol> |

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  | c. Evaluasi<br>d. Percobaan<br>e. Adopsi |  | uji t dan uji<br>F.<br>f. Uji koefisien<br>determinasi<br>( $R^2$ ). | berpengaruh<br>terhadap minat<br>beli barang<br><i>thrifting</i> pada<br><i>online thrift shop</i><br>@belibajuuyuk? |
|--|--|--|--|--|--|



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neli Wahyuni  
NIM : 204105020092  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul “Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* Pada *Online Thrift Shop* : Studi Kasus Pada Akun Instagram @belibajuuyuk” adalah benar-benar karya asli tulisan saya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jember, 22 Mei 2024

Yang menyatakan



Neli Wahyuni  
NIM 204105020092

*Lampiran Kuesioner Penelitian*

**KUESIONER PENELITIAN**

---

---

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Konsumen *online thrift shop* @belibajuuyuk

*Assalamualaikum wr.wb*

Saya Neli Wahyuni, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH LABEL MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI BARANG *THRIFTING* PADA *ONLINE THRIFT SHOP* (Studi Kasus Akun Instagram @belibajuuyuk)”**.

Seluruh informasi yang terkumpul pada kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk dapat meluangkan waktunya guna mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum wr.wb*

Hormat saya,

Neli Wahyuni  
204105020092

### Identitas Responden

1. Nama responden :
2. Jenis kelamin :  Pria  Wanita
3. Kelahiran :  Kelahiran tahun 1965-1980  
 Kelahiran tahun 1981-1996  
 Kelahiran tahun 1997-2012  
 Kelahiran setelah tahun 2012
4. Pekerjaan :  Pelajar  
 Mahasiswa  
 Ibu Rumah Tangga  
 Pegawai Negeri  
 Pegawai Swasta  
 Wiraswasta  
 Lainnya
5. Penghasilan :  < Rp 500.000  
 Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000  
 Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  
 Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000  
 Rp 6.000.000 s/d Rp 10.000.000  
 > Rp 10.000.000
6. Rata-rata pengeluaran belanja per bulan  
 < Rp 500.000  
 Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  
 Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  
 Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000
7. Seberapa sering anda membeli pakaian *thrift* di akun @belibajuuyuk  
 1 bulan sekali  
 2 kali dalam sebulan  
 Tidak menentu
8. Selain akun @belibajuuyuk, pada akun mana anda membeli pakaian *thrift*

- @bestthrift.bwx
  - @cattywear.id
  - @mysecondbabie
  - Tidak ketiganya
9. Jika tidak dari ketiganya, tuliskan nama tempat anda membeli pakaian *thrift*  
:
10. Apakah anda berkenan jika nama anda dipublikasikan?  
 Ya                       Tidak
11. Jika tidak berkenan, boleh menggunakan nama samaran  
:

**Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Mohon respon pernyataan berikut sesuai dengan pendapat dan keadaan anda.
2. Pilihlah satu dari beberapa opsi jawaban pada setiap pernyataan sesuai dengan pengalaman yang anda rasakan.

Contoh :

| No | Pernyataan  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1  | Kualitas produk pada toko XX nyaman digunakan (Kinerja) |     |    | √ |   |    |

**Keterangan penilaian :**

| Simbol | Arti                | Skor |
|--------|---------------------|------|
| STS    | Sangat Tidak Setuju | 1    |
| TS     | Tidak Setuju        | 2    |
| N      | Netral              | 3    |
| S      | Setuju              | 4    |
| SS     | Sangat Setuju       | 5    |

**Berikut kuesioner penelitian dengan judul “Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* Pada *Online Thrift Shop* (Studi Kasus Akun Instagram @belibajuuyuk)”**

A. Label Merek

| No | Pernyataan   | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1  | Saya sangat mementingkan logo atau nama merek ketika hendak membeli produk <i>thrift</i> di @belibajuuyuk .<br>(Identitas Merek)                                     |     |    |   |   |    |
| 2  | Saya hanya akan membeli produk <i>thrift</i> pada @belibajuuyuk dengan merek tertentu yang memiliki kecocokan dengan karakteristik diri saya.<br>(Kepribadian Merek) |     |    |   |   |    |
| 3  | Proses dan pelayanan yang didapat ketika membeli produk <i>thrift</i> pada @belibajuuyuk mudah dan cepat.<br>(Sikap dan Perilaku Merek)                              |     |    |   |   |    |
| 4  | Dengan menggunakan merek produk <i>thrift</i> tertentu, akan dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri saya.<br>(Keunggulan Merek)                                    |     |    |   |   |    |

#### B. Kualitas Produk

| No | Pernyataan  | STS | TS | N | S | SS |
|----|---|-----|----|---|---|----|
| 1  | Pakaian <i>thrift</i> pada @belibajuuyuk memiliki kualitas produk yang baik dan nyaman digunakan.<br>(Kinerja)                        |     |    |   |   |    |
| 2  | Minim kecacatan pada produk di @belibajuuyuk.<br>(Kehandalan)   |     |    |   |   |    |
| 3  | Pakaian <i>thrift</i> pada @belibajuuyuk memiliki daya tahan produk yang kuat dan dapat dipakai dalam jangka waktu lama. (Daya Tahan) |     |    |   |   |    |
| 4  | Tampilan katalog pada @belibajuuyuk memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen (Estetika)                         |     |    |   |   |    |

#### C. Harga

| No | Pernyataan   | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1  | Harga produk yang dikenakan pada @belibajuuyuk mudah dijangkau oleh konsumen.<br>(Keterjangkauan Harga)                        |     |    |   |   |    |
| 2  | Harga yang tertera pada @belibajuuyuk sesuai dengan kualitas produknya.<br>(Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk)           |     |    |   |   |    |
| 3  | Harga produk pada @belibajuuyuk tidak jauh berbeda dengan harga produk <i>thrift</i> di pasaran lainnya.<br>(Daya Saing Harga) |     |    |   |   |    |

|   |  |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 4 | Harga yang tertera pada @belibajuuyuk sesuai dengan manfaat yang didapat konsumen ketika membeli produk tersebut.<br>(Kesesuaian Harga dengan Manfaat) |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|--|

#### D. Minat Beli

| No | Pernyataan   | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| 1  | Saya memiliki minat membeli produk <i>thrift</i> pada @belibajuuyuk karena kebutuhan.<br>(Kesadaran)                         |     |    |   |   |    |
| 2  | Saya tertarik dan mencari informasi tentang akun @belibajuuyuk karena rekomendasi dari keluarga/rekan .<br>(Ketertarikan)    |     |    |   |   |    |
| 3  | Saya akan membandingkan beberapa aspek (seperti harga dan kualitas) sebelum membeli produk pada @belibajuuyuk.<br>(Evaluasi) |     |    |   |   |    |
| 4  | Saya merasa puas dengan produk-produk <i>thrift</i> dari @belibajuuyuk.<br>(Percobaan)                                       |     |    |   |   |    |
| 5  | Saya akan menjadikan Thrift.jbr sebagai toko langganan dan akan merekomendasikannya kepada orang lain<br>(Adopsi)            |     |    |   |   |    |

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Lampiran Data Responden

| Nama    | Jenis Kelamin | Kelahiran                            | Pekerjaan      | Penghasilan                   | Pembelian pada akun lain |
|---------|---------------|--------------------------------------|----------------|-------------------------------|--------------------------|
| ZZ      | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000   | @cattywear.id            |
| AA      | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000   | Tidak ketiganya          |
| Andi    | Pria          | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 | @bestthrift.bwx          |
| Ta      | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 | @mysecondbabie           |
| Aneu    | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | < Rp 500.000                  | @cattywear.id            |
| Da      | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 | @cattywear.id            |
| Nafasaa | Wanita        | Kelahiran tahun 2012- dan setelahnya | Pelajar        | < Rp 500.000                  | @bestthrift.bwx          |
| Boleh   | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Lainnya        | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 | @bestthrift.bwx          |
| Za      | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Pegawai Swasta | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 | Tidak ketiganya          |
| Ara     | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Lainnya        | < Rp 500.000                  | Tidak ketiganya          |
| Hawa    | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | < Rp 500.000                  | @bestthrift.bwx          |
| Hanifah | Wanita        | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa      | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 | @mysecondbabie           |
| LC      | Pria          | Kelahiran tahun 1981-1996            | Pegawai Swasta | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000 | @bestthrift.bwx          |
| Arif    | Pria          | Kelahiran tahun 1981-1996            | Pegawai Swasta | Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000 | @mysecondbabie           |

|          |        |                                      |            |                                |                 |
|----------|--------|--------------------------------------|------------|--------------------------------|-----------------|
| Bro      | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996            | Wiraswasta | Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000  | @bestthrift.bwx |
| HYS      | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996            | Wiraswasta | Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000  | @bestthrift.bwx |
| AA       | Wanita | Kelahiran tahun 2012- dan setelahnya | Pelajar    | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  | @cattywear.id   |
| Rn       | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  | Tidak ketiganya |
| T        | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  | @mysecondbabie  |
| Shaa     | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | < Rp 500.000                   | @cattywear.id   |
| Ra       | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | Tidak ketiganya |
| Af       | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996            | Lainnya    | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | Tidak ketiganya |
| Mshd     | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996            | Wiraswasta | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  | @bestthrift.bwx |
| Nana     | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996            | Wiraswasta | RP 6.000.000 s/d Rp 10.000.000 | @cattywear.id   |
| Alesya   | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | Rp 1.000.000 s/d Rp 3.000.000  | @cattywear.id   |
| Kulgirl  | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | < Rp 500.000                   | Tidak ketiganya |
| Jinan    | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | < Rp 500.000                   | @bestthrift.bwx |
| NM       | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | @cattywear.id   |
| Andrew   | Pria   | Kelahiran tahun 1997-2012            | Mahasiswa  | < Rp 500.000                   | Tidak ketiganya |
| Katrinaa | Wanita | Kelahiran tahun                      | Mahasiswa  | < Rp 500.000                   | Tidak ketiganya |

|            |        |                           |                  |                                |                 |
|------------|--------|---------------------------|------------------|--------------------------------|-----------------|
|            |        | 1997-2012                 |                  |                                |                 |
| A          | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | < Rp 500.000                   | Tidak ketiganya |
| Boleh      | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | Tidak ketiganya |
| Nini       | Wanita | Kelahiran tahun 1965-1980 | Ibu Rumah Tangga | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | @bestthrift.bwx |
| AJ         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | < Rp 500.000                   | @mysecondbabie  |
| Adil       | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | @mysecondbabie  |
| Luli       | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | @mysecondbabie  |
| TNA        | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | @mysecondbabie  |
| Prettygirl | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | @bestthrift.bwx |
| DR         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | < Rp 500.000                   | @bestthrift.bwx |
| Rama       | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996 | Wiraswasta       | RP 6.000.000 s/d Rp 10.000.000 | @bestthrift.bwx |
| D          | Wanita | Kelahiran tahun 1981-1996 | Pegawai Negeri   | > Rp 10.000.000                | @cattywear.id   |
| mk         | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996 | Wiraswasta       | Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000  | @mysecondbabie  |
| HZ         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000    | @bestthrift.bwx |
| Ya         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000  | @bestthrift.bwx |
| Tamara     | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | < Rp 500.000                   | Tidak ketiganya |
| HM         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa        | < Rp 500.000                   | Tidak ketiganya |
| Ryan       | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996 | Pegawai Swasta   | Rp 1.000.000 s/d Rp            | @bestthrift.bwx |

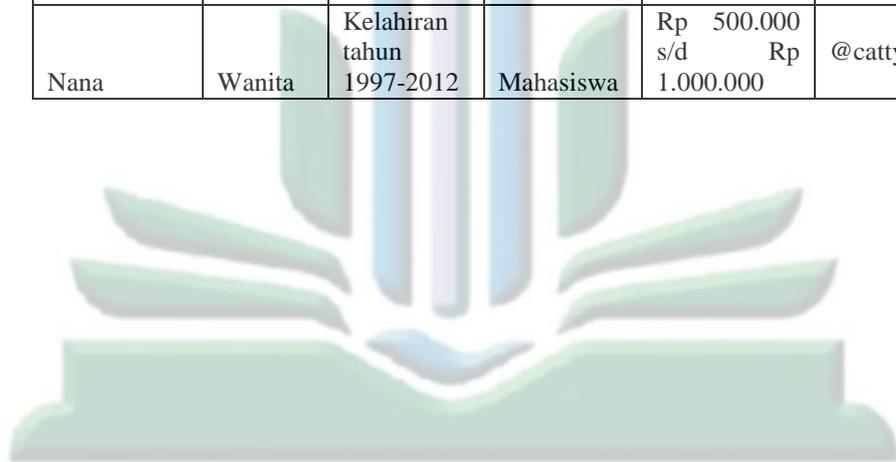
|             |        |                           |                |                                  |                 |
|-------------|--------|---------------------------|----------------|----------------------------------|-----------------|
|             |        |                           |                | 3.000.000                        |                 |
| bellaragazz | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 500.000<br>s/d Rp 1.000.000   | @mysecondbabie  |
| Dizsy       | Wanita | Kelahiran tahun 1981-1996 | Pegawai Negeri | Rp 3.000.000<br>s/d Rp 6.000.000 | @cattywear.id   |
| Rah         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | < Rp 500.000                     | @mysecondbabie  |
| Rey         | Wanita | Kelahiran tahun 1965-1980 | Pegawai Swasta | Rp 3.000.000<br>s/d Rp 6.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Sha         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 3.000.000<br>s/d Rp 6.000.000 | @cattywear.id   |
| Acha        | Wanita | Kelahiran tahun 1981-1996 | Pegawai Swasta | Rp 3.000.000<br>s/d Rp 6.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Tata        | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 1.000.000<br>s/d Rp 3.000.000 | Tidak ketiganya |
| Sha         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 500.000<br>s/d Rp 1.000.000   | @bestthrift.bwx |
| RAM         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | < Rp 500.000                     | Tidak ketiganya |
| DV          | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 1.000.000<br>s/d Rp 3.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Octo        | Pria   | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 1.000.000<br>s/d Rp 3.000.000 | Tidak ketiganya |
| TN          | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 1.000.000<br>s/d Rp 3.000.000 | @mysecondbabie  |
| Atlas       | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa      | Rp 1.000.000<br>s/d Rp 3.000.000 | Tidak ketiganya |
| TS          | Pria   | Kelahiran tahun 1997-2012 | Pegawai Swasta | Rp 3.000.000<br>s/d Rp 6.000.000 | @mysecondbabie  |
| Nan         | Pria   | Kelahiran tahun           | Lainnya        | Rp 1.000.000                     | Tidak ketiganya |

|                          |        |   |                     |   |                 |
|--------------------------|--------|---|---------------------|---|-----------------|
|                          |        | 1981-1996                                     |                     | s/d Rp<br>3.000.000                     |                 |
| MRU                      | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Pegawai<br>Swasta   | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | Tidak ketiganya |
| Eve                      | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Pegawai<br>Swasta   | RP<br>6.000.000<br>s/d Rp<br>10.000.000 | @mysecondbabie  |
| Jaden                    | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Pegawai<br>Swasta   | Rp<br>6.000.000<br>s/d Rp<br>10.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Fadil                    | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Wiraswasta          | Rp<br>6.000.000<br>s/d Rp<br>10.000.000 | @mysecondbabie  |
| ZZ                       | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa           | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000  | @bestthrift.bwx |
| N                        | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Ibu Rumah<br>Tangga | > Rp<br>10.000.000                      | @cattywear.id   |
| Hasna<br>Malikah         | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa           | < Rp<br>500.000                         | @bestthrift.bwx |
| Fadhila Dwi<br>Febrianti | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa           | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @bestthrift.bwx |
| Shella Trista            | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>2012- dan<br>setelahnya | Mahasiswa           | Rp 500.000<br>s/d Rp<br>1.000.000       | @mysecondbabie  |
| D                        | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Pegawai<br>Swasta   | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @mysecondbabie  |
| Rafandra                 | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Wiraswasta          | Rp 500.000<br>s/d Rp<br>1.000.000       | @mysecondbabie  |
| Aro                      | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Pegawai<br>Swasta   | Rp<br>6.000.000<br>s/d Rp<br>10.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Axel Wijaya              | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa           | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000  | @bestthrift.bwx |
| Hana<br>Septiana         | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa           | Rp 500.000<br>s/d Rp<br>1.000.000       | @cattywear.id   |
| Graceia                  | Wanita | Kelahiran                                     | Mahasiswa           | Rp                                      | @bestthrift.bwx |

|                      |        |   |                   |  |                 |
|----------------------|--------|---|-------------------|--|-----------------|
| Delvian              |        | tahun<br>1997-2012                            |                   | 1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000       |                 |
| Shea                 | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Pegawai<br>Swasta | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Cut Afi              | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | Rp 500.000<br>s/d Rp<br>1.000.000      | @mysecondbabie  |
| Citra J              | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Ghefira<br>Zahra     | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Keisya               | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | < Rp<br>500.000                        | @mysecondbabie  |
| Ysmn                 | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | < Rp<br>500.000                        | @mysecondbabie  |
| Lathifah             | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>2012- dan<br>setelahnya | Mahasiswa         | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000 | @cattywear.id   |
| Feby                 | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996               | Pegawai<br>Negeri | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000 | @mysecondbabie  |
| Muhammad<br>Zildan   | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Wiraswasta        | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000 | Tidak ketiganya |
| Veronica<br>Aprillia | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | Rp 500.000<br>s/d Rp<br>1.000.000      | Tidak ketiganya |
| Retno<br>Murwati     | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000 | @cattywear.id   |
| Nanda<br>Rahmayani   | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Ahmad<br>Zuhdi       | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Pegawai<br>Swasta | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Amelyn               | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012               | Mahasiswa         | < Rp<br>500.000                        | @bestthrift.bwx |
| Farah Sari           | Wanita | Kelahiran                                     | Pegawai           | Rp                                     | @cattywear.id   |

|                                       |        |                                 |                   |   |                 |
|---------------------------------------|--------|---------------------------------|-------------------|---|-----------------|
|                                       |        | tahun<br>1997-2012              | Swasta            | 1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000        |                 |
| Dina Levana                           | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Wiraswasta        | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @mysecondbabie  |
| Vera                                  | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012 | Mahasiswa         | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000  | @cattywear.id   |
| Eep<br>Saepulloh                      | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012 | Mahasiswa         | < Rp<br>500.000                         | @bestthrift.bwx |
| Erna<br>Fitriyana                     | Wanita | Kelahiran<br>tahun<br>1997-2012 | Mahasiswa         | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @bestthrift.bwx |
| Jess                                  | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Pegawai<br>Swasta | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @mysecondbabie  |
| Rayhan                                | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Pegawai<br>Swasta | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @mysecondbabie  |
| Muhammad<br>Khoirunnida<br>Almuj Tabā | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Lainnya           | Rp 500.000<br>s/d Rp<br>1.000.000       | @mysecondbabie  |
| V                                     | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Pegawai<br>Swasta | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | Tidak ketiganya |
| Feri Irawan                           | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Wiraswasta        | RP<br>6.000.000<br>s/d Rp<br>10.000.000 | @cattywear.id   |
| Isa                                   | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Wiraswasta        | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @mysecondbabie  |
| Jevano<br>Galvan                      | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Pegawai<br>Swasta | Rp<br>3.000.000<br>s/d Rp<br>6.000.000  | @bestthrift.bwx |
| Saga                                  | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Pegawai<br>Swasta | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp<br>3.000.000  | @mysecondbabie  |
| Faisal<br>Candra                      | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Pegawai<br>Negeri | > Rp<br>10.000.000                      | @bestthrift.bwx |
| Kai                                   | Pria   | Kelahiran<br>tahun<br>1981-1996 | Wiraswasta        | Rp<br>1.000.000<br>s/d Rp               | @cattywear.id   |

|              |        |                           |            |                               |                 |
|--------------|--------|---------------------------|------------|-------------------------------|-----------------|
|              |        |                           |            | 3.000.000                     |                 |
| Andrian      | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa  | < Rp 500.000                  | @mysecondbabie  |
| Zahra Farras | Pria   | Kelahiran tahun 1981-1996 | Wiraswasta | Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Farid        | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa  | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000   | @cattywear.id   |
| Dinda        | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa  | Rp 3.000.000 s/d Rp 6.000.000 | @bestthrift.bwx |
| Nana         | Wanita | Kelahiran tahun 1997-2012 | Mahasiswa  | Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000   | @cattywear.id   |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

## Lampiran Hasil Angket

### Label Merek

| No | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1 |
|----|------|------|------|------|----|
| 1  | 2    | 4    | 5    | 5    | 16 |
| 2  | 4    | 4    | 4    | 5    | 17 |
| 3  | 5    | 4    | 4    | 4    | 17 |
| 4  | 4    | 4    | 5    | 4    | 17 |
| 5  | 4    | 4    | 4    | 4    | 16 |
| 6  | 4    | 4    | 3    | 3    | 14 |
| 7  | 2    | 3    | 4    | 4    | 13 |
| 8  | 1    | 3    | 3    | 3    | 10 |
| 9  | 4    | 5    | 4    | 4    | 17 |
| 10 | 3    | 4    | 4    | 4    | 15 |
| 11 | 4    | 2    | 4    | 4    | 14 |
| 12 | 2    | 4    | 4    | 4    | 14 |
| 13 | 4    | 2    | 4    | 3    | 13 |
| 14 | 4    | 5    | 5    | 5    | 19 |
| 15 | 4    | 5    | 5    | 4    | 18 |
| 16 | 4    | 4    | 4    | 4    | 16 |
| 17 | 5    | 5    | 4    | 3    | 17 |
| 18 | 4    | 5    | 3    | 3    | 15 |
| 19 | 4    | 4    | 5    | 4    | 17 |
| 20 | 4    | 4    | 5    | 4    | 17 |
| 21 | 4    | 3    | 4    | 3    | 14 |
| 22 | 3    | 4    | 4    | 5    | 16 |
| 23 | 5    | 4    | 5    | 4    | 18 |
| 24 | 5    | 4    | 4    | 4    | 17 |
| 25 | 4    | 5    | 4    | 5    | 18 |
| 26 | 4    | 5    | 4    | 4    | 17 |
| 27 | 5    | 4    | 4    | 5    | 18 |
| 28 | 4    | 4    | 3    | 4    | 15 |
| 29 | 4    | 4    | 3    | 4    | 15 |
| 30 | 3    | 4    | 5    | 4    | 16 |
| 31 | 4    | 4    | 5    | 4    | 17 |
| 32 | 4    | 4    | 4    | 5    | 17 |
| 33 | 4    | 4    | 4    | 5    | 17 |
| 34 | 5    | 4    | 5    | 4    | 18 |
| 35 | 4    | 5    | 4    | 3    | 16 |
| 36 | 4    | 4    | 4    | 4    | 16 |
| 37 | 4    | 4    | 4    | 4    | 16 |
| 38 | 4    | 5    | 5    | 4    | 18 |
| 39 | 4    | 5    | 4    | 4    | 17 |
| 40 | 5    | 5    | 4    | 5    | 19 |

|    |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|
| 41 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 42 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 44 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 45 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 46 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 48 | 4 | 2 | 5 | 4 | 15 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 50 | 3 | 2 | 4 | 4 | 13 |
| 51 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 53 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 57 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 60 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 61 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 62 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 63 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 64 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 65 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 66 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 67 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 68 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 69 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 72 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 73 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 74 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 78 | 2 | 5 | 4 | 4 | 15 |
| 79 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 81 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 |
| 82 | 3 | 5 | 5 | 4 | 17 |
| 83 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |

|     |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|----|
| 85  | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 86  | 3 | 2 | 4 | 4 | 13 |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 88  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 89  | 1 | 1 | 3 | 1 | 6  |
| 90  | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 91  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 92  | 4 | 2 | 4 | 4 | 14 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 94  | 2 | 5 | 5 | 5 | 17 |
| 95  | 1 | 2 | 3 | 3 | 9  |
| 96  | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 97  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 98  | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 99  | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 100 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 101 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 102 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 103 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 104 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 105 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 106 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 107 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 108 | 5 | 4 | 4 | 2 | 15 |
| 109 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 110 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |

## KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

### Kualitas Produk

| No | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2 |
|----|------|------|------|------|----|
| 1  | 5    | 4    | 4    | 5    | 18 |
| 2  | 4    | 4    | 4    | 5    | 17 |
| 3  | 4    | 5    | 3    | 4    | 16 |
| 4  | 5    | 4    | 4    | 4    | 17 |
| 5  | 4    | 4    | 4    | 4    | 16 |
| 6  | 4    | 4    | 4    | 3    | 15 |
| 7  | 5    | 4    | 5    | 5    | 19 |
| 8  | 3    | 3    | 3    | 3    | 12 |
| 9  | 5    | 4    | 4    | 5    | 18 |
| 10 | 3    | 3    | 4    | 5    | 15 |
| 11 | 4    | 4    | 4    | 3    | 15 |
| 12 | 4    | 4    | 4    | 3    | 15 |
| 13 | 4    | 4    | 3    | 4    | 15 |
| 14 | 4    | 4    | 4    | 5    | 17 |

|    |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|
| 15 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 18 | 4 | 5 | 3 | 3 | 15 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 21 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 22 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 24 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 25 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 26 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 28 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 30 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 31 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 32 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 33 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 |
| 34 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 35 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 38 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 39 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 40 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 41 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 44 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 45 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 47 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 48 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 50 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 51 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 52 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 53 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |

|     |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|----|
| 59  | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 60  | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 61  | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 62  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 63  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 64  | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 65  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 66  | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 67  | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 68  | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 69  | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 70  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 71  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 72  | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 |
| 73  | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 |
| 74  | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 75  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 76  | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 |
| 77  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 78  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 79  | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 80  | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 81  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 82  | 3 | 4 | 3 | 5 | 15 |
| 83  | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 84  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 85  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 86  | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 88  | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 89  | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 90  | 4 | 2 | 4 | 4 | 14 |
| 91  | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 92  | 4 | 4 | 3 | 4 | 13 |
| 93  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 94  | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 95  | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| 96  | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 97  | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 98  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 99  | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 100 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 |
| 101 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 102 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |

|            |   |   |   |   |    |
|------------|---|---|---|---|----|
| <b>103</b> | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| <b>104</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| <b>105</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| <b>106</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| <b>107</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| <b>108</b> | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| <b>109</b> | 4 | 5 | 3 | 5 | 17 |
| <b>110</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |

### Harga

| <b>No</b> | <b>X3.1</b> | <b>X3.2</b> | <b>X3.3</b> | <b>X3.4</b> | <b>X3</b> |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| <b>1</b>  | 5           | 5           | 4           | 4           | 18        |
| <b>2</b>  | 5           | 4           | 5           | 5           | 19        |
| <b>3</b>  | 4           | 4           | 3           | 5           | 16        |
| <b>4</b>  | 4           | 5           | 4           | 4           | 17        |
| <b>5</b>  | 4           | 4           | 4           | 4           | 16        |
| <b>6</b>  | 4           | 4           | 3           | 4           | 15        |
| <b>7</b>  | 4           | 4           | 5           | 4           | 17        |
| <b>8</b>  | 3           | 3           | 3           | 3           | 12        |
| <b>9</b>  | 4           | 5           | 4           | 4           | 17        |
| <b>10</b> | 4           | 5           | 4           | 3           | 16        |
| <b>11</b> | 4           | 4           | 4           | 4           | 16        |
| <b>12</b> | 4           | 4           | 4           | 4           | 16        |
| <b>13</b> | 4           | 3           | 3           | 3           | 13        |
| <b>14</b> | 4           | 4           | 5           | 4           | 17        |
| <b>15</b> | 4           | 3           | 4           | 5           | 16        |
| <b>16</b> | 4           | 5           | 4           | 5           | 18        |
| <b>17</b> | 4           | 4           | 4           | 5           | 17        |
| <b>18</b> | 4           | 4           | 5           | 4           | 17        |
| <b>19</b> | 4           | 4           | 4           | 4           | 16        |
| <b>20</b> | 4           | 4           | 4           | 4           | 16        |
| <b>21</b> | 4           | 4           | 4           | 5           | 17        |
| <b>22</b> | 4           | 5           | 4           | 5           | 18        |
| <b>23</b> | 4           | 5           | 4           | 5           | 18        |
| <b>24</b> | 4           | 4           | 5           | 4           | 17        |
| <b>25</b> | 4           | 5           | 4           | 4           | 17        |
| <b>26</b> | 4           | 4           | 4           | 4           | 16        |
| <b>27</b> | 4           | 5           | 4           | 4           | 17        |
| <b>28</b> | 3           | 3           | 4           | 3           | 13        |
| <b>29</b> | 4           | 3           | 5           | 3           | 15        |
| <b>30</b> | 5           | 4           | 4           | 5           | 18        |
| <b>31</b> | 5           | 4           | 4           | 4           | 17        |
| <b>32</b> | 4           | 5           | 4           | 4           | 17        |

|    |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|----|
| 33 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 |
| 34 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 35 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 39 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 44 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 48 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 50 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 51 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 53 | 2 | 3 | 4 | 3 | 12 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 57 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 58 | 5 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 |
| 60 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 61 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 |
| 62 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 63 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 64 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 |
| 65 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 66 | 3 | 4 | 5 | 3 | 15 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 68 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 69 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 72 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 74 | 4 | 5 | 3 | 5 | 17 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

|     |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|----|
| 77  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 78  | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 79  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 80  | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 81  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 82  | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 |
| 83  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 84  | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 85  | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 86  | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 |
| 87  | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 |
| 88  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 89  | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 90  | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 91  | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 92  | 4 | 2 | 4 | 4 | 14 |
| 93  | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 94  | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 95  | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 96  | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 97  | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 98  | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 99  | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 100 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 101 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 102 | 5 | 5 | 3 | 4 | 17 |
| 103 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 104 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 105 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 106 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 107 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 108 | 4 | 2 | 5 | 4 | 15 |
| 109 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 110 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |

#### Minat Beli (Y)

| No | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y  |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|----|
| 1  | 4   | 2   | 4   | 4   | 5   | 19 |
| 2  | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 22 |
| 3  | 4   | 3   | 4   | 5   | 3   | 19 |
| 4  | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 22 |
| 5  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 20 |
| 6  | 4   | 2   | 4   | 4   | 4   | 18 |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 7  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 8  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 9  | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 21 |
| 11 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 14 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 17 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 20 |
| 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 21 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 24 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 26 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 21 |
| 30 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| 31 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 32 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 34 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 41 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 42 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 44 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 19 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 46 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 47 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 48 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 17 |
| 49 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 20 |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 51 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 53 | 2 | 4 | 5 | 3 | 2 | 16 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 57 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 58 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 59 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 60 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 61 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 19 |
| 62 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 64 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 18 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 66 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 68 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 69 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 |
| 70 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 72 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 73 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 74 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 21 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 76 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 80 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 81 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 82 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 21 |
| 83 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 86 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 |
| 87 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 88 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 89 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 90 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 92 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 93 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 94 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |

|     |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 95  | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 17 |
| 96  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 97  | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 98  | 5 | 2 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 99  | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 100 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 17 |
| 101 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 102 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 103 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 104 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 105 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 106 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 107 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 108 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 109 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 110 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 21 |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

## Lampiran Output SPSS

### 1. Statistik Deskriptif

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | -,168                       | 1,624      |                           | -,103 | ,918 |
|                           | X1         | ,304                        | ,088       | ,262                      | 3,454 | ,001 |
|                           | X2         | ,612                        | ,131       | ,404                      | 4,676 | ,000 |
|                           | X3         | ,355                        | ,122       | ,244                      | 2,911 | ,004 |

a. Dependent Variable: Y

### 2. Uji Validitas

Label Merek (X1)

|     |                     | Correlations |        |        |        |        |
|-----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|     |                     | X11          | X12    | X13    | X14    | X1     |
| X11 | Pearson Correlation | 1            | ,414** | ,185   | ,243*  | ,720** |
|     | Sig. (2-tailed)     |              | ,000   | ,053   | ,011   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X12 | Pearson Correlation | ,414**       | 1      | ,208*  | ,380** | ,767** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,000         |        | ,029   | ,000   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X13 | Pearson Correlation | ,185         | ,208*  | 1      | ,318** | ,556** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,053         | ,029   |        | ,001   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X14 | Pearson Correlation | ,243*        | ,380** | ,318** | 1      | ,681** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,011         | ,000   | ,001   |        | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X1  | Pearson Correlation | ,720**       | ,767** | ,556** | ,681** | 1      |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Kualitas Produk (X2)

|     |                     | Correlations |        |        |        |        |
|-----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|
|     |                     | X21          | X22    | X23    | X24    | X2     |
| X21 | Pearson Correlation | 1            | ,251** | ,295** | ,161   | ,629** |
|     | Sig. (2-tailed)     |              | ,008   | ,002   | ,092   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X22 | Pearson Correlation | ,251**       | 1      | ,196*  | ,137   | ,612** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,008         |        | ,040   | ,154   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X23 | Pearson Correlation | ,295**       | ,196*  | 1      | ,260** | ,696** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,002         | ,040   |        | ,006   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X24 | Pearson Correlation | ,161         | ,137   | ,260** | 1      | ,613** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,092         | ,154   | ,006   |        | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X2  | Pearson Correlation | ,629**       | ,612** | ,696** | ,613** | 1      |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|     | N                   | 110          | 110    | 110    | 110    | 110    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Harga (X3)

|     |                     | Correlations |        |       |        |        |
|-----|---------------------|--------------|--------|-------|--------|--------|
|     |                     | X31          | X32    | X33   | X34    | X3     |
| X31 | Pearson Correlation | 1            | ,360** | ,194* | ,454** | ,754** |
|     | Sig. (2-tailed)     |              | ,000   | ,042  | ,000   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110   | 110    | 110    |
| X32 | Pearson Correlation | ,360**       | 1      | ,056  | ,275** | ,640** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,000         |        | ,560  | ,004   | ,000   |
|     | N                   | 110          | 110    | 110   | 110    | 110    |

|     |                     |        |        |        |        |        |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| X33 | Pearson Correlation | ,194*  | ,056   | 1      | ,113   | ,546** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,042   | ,560   |        | ,241   | ,000   |
|     | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X34 | Pearson Correlation | ,454** | ,275** | ,113   | 1      | ,685** |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,004   | ,241   |        | ,000   |
|     | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X3  | Pearson Correlation | ,754** | ,640** | ,546** | ,685** | 1      |
|     | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|     | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Minat Beli (Y)

#### Correlations

|    |                     | Y1     | Y2     | X3     | Y3     | Y4     | Y5     | Y      |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y1 | Pearson Correlation | 1      | ,247** | ,497** | ,265** | ,401** | ,506** | ,688** |
|    | Sig. (2-tailed)     |        | ,009   | ,000   | ,005   | ,000   | ,000   | ,000   |
|    | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |
| Y2 | Pearson Correlation | ,247** | 1      | ,300** | ,312** | ,347** | ,222*  | ,704** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,009   |        | ,001   | ,001   | ,000   | ,020   | ,000   |
|    | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |
| X3 | Pearson Correlation | ,497** | ,300** | 1      | ,434** | ,554** | ,563** | ,649** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,001   |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
|    | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |
| Y3 | Pearson Correlation | ,265** | ,312** | ,434** | 1      | ,289** | ,149   | ,542** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,005   | ,001   | ,000   |        | ,002   | ,121   | ,000   |
|    | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |
| Y4 | Pearson Correlation | ,401** | ,347** | ,554** | ,289** | 1      | ,498** | ,714** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   | ,002   |        | ,000   | ,000   |
|    | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |

|    |                     |        |        |        |        |        |        |        |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y5 | Pearson Correlation | ,506** | ,222*  | ,563** | ,149   | ,498** | 1      | ,675** |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,020   | ,000   | ,121   | ,000   |        | ,000   |
|    | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |
| Y  | Pearson Correlation | ,688** | ,704** | ,649** | ,542** | ,714** | ,675** | 1      |
|    | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|    | N                   | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    | 110    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### 3. Uji Reliabilitas

Variabel X (Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| ,799                   | 12         |

Variabel Y (Minat Beli)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| ,686                   | 5          |

### 4. Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  |                | 110                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | ,0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 1,55585082              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | ,069                    |
|                                    | Positive       | ,069                    |
|                                    | Negative       | -,058                   |
| Test Statistic                     |                | ,069                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | ,200 <sup>c,d</sup>     |

|  |
|--|
| a. Test distribution is Normal.                    |
| b. Calculated from data.                           |
| c. Lilliefors Significance Correction.             |
| d. This is a lower bound of the true significance. |

## 5. Uji Multikolinieritas

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant) | -,168                       | 1,624      |                           | -,103 | ,918 |                         |       |
|                           | X1         | ,304                        | ,088       | ,262                      | 3,454 | ,001 | ,642                    | 1,558 |
|                           | X2         | ,612                        | ,131       | ,404                      | 4,676 | ,000 | ,493                    | 2,027 |
|                           | X3         | ,355                        | ,122       | ,244                      | 2,911 | ,004 | ,526                    | 1,900 |

a. Dependent Variable: Y

## 6. Uji Heterokedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1                         | (Constant) | 2,901                       | 1,055      |                           | 2,750  | ,007 |
|                           | X1         | -,062                       | ,057       | -,130                     | -1,091 | ,278 |
|                           | X2         | -,070                       | ,085       | -,112                     | -,821  | ,413 |
|                           | X3         | ,022                        | ,079       | ,037                      | ,283   | ,778 |

a. Dependent Variable: RES2

## 7. Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | -,168                       | 1,624      |                           | -,103 | ,918 |
|                           | X1         | ,304                        | ,088       | ,262                      | 3,454 | ,001 |
|                           | X2         | ,612                        | ,131       | ,404                      | 4,676 | ,000 |
|                           | X3         | ,355                        | ,122       | ,244                      | 2,911 | ,004 |

a. Dependent Variable: Y

## 8. Uji t (Parsial)

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | -,168                       | 1,624      |                           | -,103 | ,918 |
|                           | X1         | ,304                        | ,088       | ,262                      | 3,454 | ,001 |
|                           | X2         | ,612                        | ,131       | ,404                      | 4,676 | ,000 |
|                           | X3         | ,355                        | ,122       | ,244                      | 2,911 | ,004 |

a. Dependent Variable: Y

### 9. Uji F (Simultan)

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 410,838        | 3   | 136,946     | 55,016 | ,000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 263,853        | 106 | 2,489       |        |                   |
|                    | Total      | 674,691        | 109 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

### 10. Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | ,780 <sup>a</sup> | ,609     | ,598              | 1,578                      | 1,722         |

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

| No | Tanggal                        | Jenis Kegiatan                         |
|----|--------------------------------|--|
| 1. | 22 November - 22 Desember 2023 | Penyusunan Proposal Penelitian         |
| 2. | 2 Mei 2024                     | Penyerahan surat izin penelitian       |
| 3. | 5 Mei 2024                     | Penyebaran kuesioner                   |
| 4. | 13 Mei 2024                    | Tabulasi dan pengolahan data pada SPSS |
| 5. | 15 Mei 2024                    | Melakukan analisis data                |
| 6. | 21 Mei 2024                    | Meminta surat izin selesai penelitian  |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Linda L Diana

Jabatan : Pemilik *online thrift shop* Instagram @belibajuuyuk

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Neli Wahyuni

NIM : 204105020092

Semester : VIII (Delapan)

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas/Program studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

telah selesai melaksanakan penelitian di *online thrift shop* @belibajuuyuk untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* pada *Online Thrift Shop* : Studi Kasus Akun Instagram @belibajuuyuk"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana semestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Jember, 21 Mei 2024

Pemilik akun Instagram  
belibajuuyuk

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Linda L Diana



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B- 283/Un.22/7.a/PP.00.9/05/2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

02 Mei 2024

Kepada Yth.

Pemilik *Online Shop* Instagram @belibajuuyuk

Jl. Otista Klanceng Putih No.1 Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Neli Wahyuni  
NIM : 204105020092  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Barang *Thrifting* Pada *Online Thrift Shop* : Studi Kasus Pada Akun Instagram @Belibajuuyuk di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Widyawati Islami Rahayu

NIM 204105020092





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Neli Wahyuni  
NIM : 204105020092  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Label Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Barang Thrifting Pada *Online Thrift Shop*: Studi Kasus pada Akun Instagram @belibajuuyuk

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 23 Mei 2024

Operator Aplikasi DrillBit  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



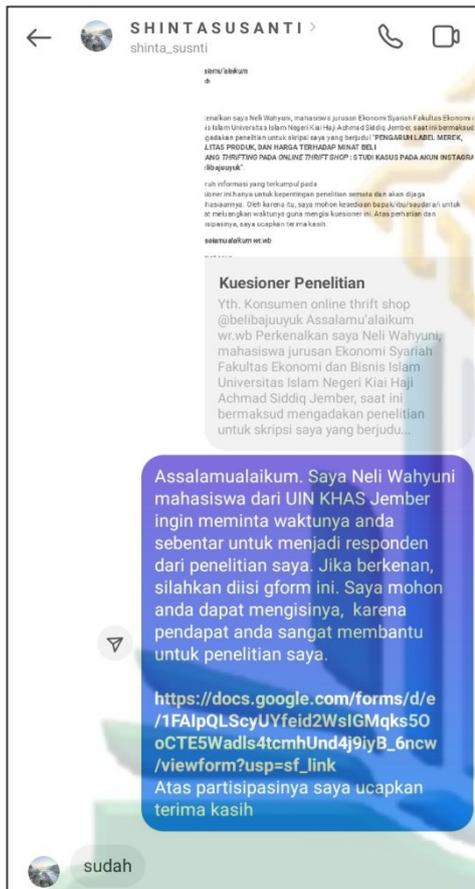
*Lampiran Dokumentasi Penelitian*



(Logo dan tempat @belibajuuyuk)



(salah satu produk *thrift* pada @belibajuuyuk)



(Pengisian kuesioner oleh responden)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BIODATA PENULIS



Nama : Neli Wahyuni  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 21 Oktober 2001  
NIM : 204105020092  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Alamat : Dsn. Kresek RT 001/RW 009, Desa Pancakarya,  
Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember.  
No.Tlp : 082332676939  
Email : neliwahyuniwafa@gmail.com

### Riwayat Pendidikan:

1. TK Salafiyah Syafi'iyah (2007-2008)
2. MI Salafiyah Syafi'iyah (2008-2014)
3. SMP Negeri 1 Ajung (2014-2017)
4. SMA Negeri Jenggawah (2017-2020)
5. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2020-2024)