

**PENGARUH HARGA, PERSEPSI NILAI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THRIFTING* PADA *MARKETPLACE*
TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**AMALIA HIKMAH AGUSTIN
21.1041.1075**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : AMALIA HIKMAH AGUSTIN
NIM : 2110411075
PRODI : MANAJEMEN

Menyetakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Pengaruh Harga, Persepsi Nilai Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrifting* Pada *Marketplace* Tiktok Shop** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 25 Februari 2025
Yang menyatakan



AMALIA HIKMAH AGUSTIN
NIM. 21.1041.1075

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PERSEPSI NILAI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THRIFTING* PADA *MARKETPLACE* TIKTOK SHOP

AMALIA HIKMAH AGUSTIN
2110411075

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Feti Fatimah, SE.,MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Hasan Hafidzi, SE.,MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Harga, Persepsi Nilai Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrifting* Pada *Marketplace* Tiktok Shop, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Amalia Hikmah Agustin

Nim : 2110411075

Hari /Tanggal : Rabu / 30 April 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji



Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun
NPK. 1973100911139340

Anggota 1



Dr. Feti Fatimah, SE., MM
NPK. 1979052510709622

Anggota 2



Ahmad Hasan Hafidzi, SE., MM.
NIP. 1986051411703796

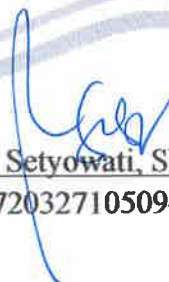
Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Superhero dan panutanku ayahanda tercinta terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan curahan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Pintu surgaku Ibunda tercinta yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memberikan do'a yang setiap hari untuk saya sampai pada hari ini saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
3. Saudara-saudari tersayang saya yang telah melindungi, menasehati, memberikan doa, dukungan, semangat yang tidak didapatkan dimanapun, memberikan berbagai saran saat Penulis mengalami kesulitan dan membantu material untuk memenuhi keperluan saya, dan keperluan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Teruntuk sahabat-sahabat saya. yang selalu membantu memberikan semangat dan menjadi teman untuk berdiskusi. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan hati kalian dalam berteman dan mensupport saya.
5. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberika yang terbaik untuk mahasiswanya. Terutama bapak Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun Selaku dosen penguji dan Ibu Dr. Feti Fatimah, SE.,MM dan bapak Ahmad Hasan Hafidzi, SE.,MM. Selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya serta memberikan bimbingan dan pelajaran agar saya menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir saya.

MOTTO

“Sesungguhnya bencana kepadamu bukan untuk menghancurkanmu melainkan sesungguhnya akan mengujimu, mengesahkan kesempurnaan imanmu dan menguatkan dasar kepercayaanmu dan memberikan kabar baik ke dalam batinmu.”

~Syekh Abdul Qadir al-Jailani~

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

~Boy Candra~

“Apapun yang terjadi, pulanglah sebagai sarjana”

KATAR PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh Harga, Persepsi Nilai Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Thrifting* Pada *Marketplace* Tiktok Shop” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kepala Program Studi Manajemen Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM dan Sekretaris Program Studi Manajemen Septy Holisa Umamy, SM., MM. yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Ibu Dr. Feti Fatimah, SE.,MM selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Bapak Ahmad Hasan Hafidzi, SE.,MM. selaku dosen pembimbing pendamping kedua yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun selaku dosen penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, arahan serta motivasinya pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2021 khususnya Manajemen, terimakasih atas dukungan kalian selama ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 25 Februari 2025
Yang menyatakan

AMALIA HIKMAH AGUSTIN
NIM. 2110411075



DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATAR PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	8
2.2 Kajian Teori	8
2.2.1 Harga	8
2.2.2 Persepsi Nilai.....	9
2.2.3 Gaya Hidup	10
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	11
2.3 Penelitian Terdahulu.....	13
2.4 Kerangka Konseptual.....	16
2.5 Hipotesis	17
2.9.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.9.2 Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.9.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.9.4 Pengaruh Variabel harga, persepsi nilai dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Identifikasi Variabel.....	20
3.2 Definisi Operasional Variabel	20
3.2.1 <i>Harga (X1)</i>	20
3.2.2 <i>Persepsi Nilai (X2)</i>	21
3.2.3 <i>Gaya Hidup (X3)</i>	21
3.2.4 <i>Keputusan Pembelian (Y)</i>	21
3.3 Desain Penelitian.....	22
3.4 Jenis Data	22
3.4.1 Data Primer.....	22
3.4.2 Data Sekunder.....	22
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.5.1 Populasi	23

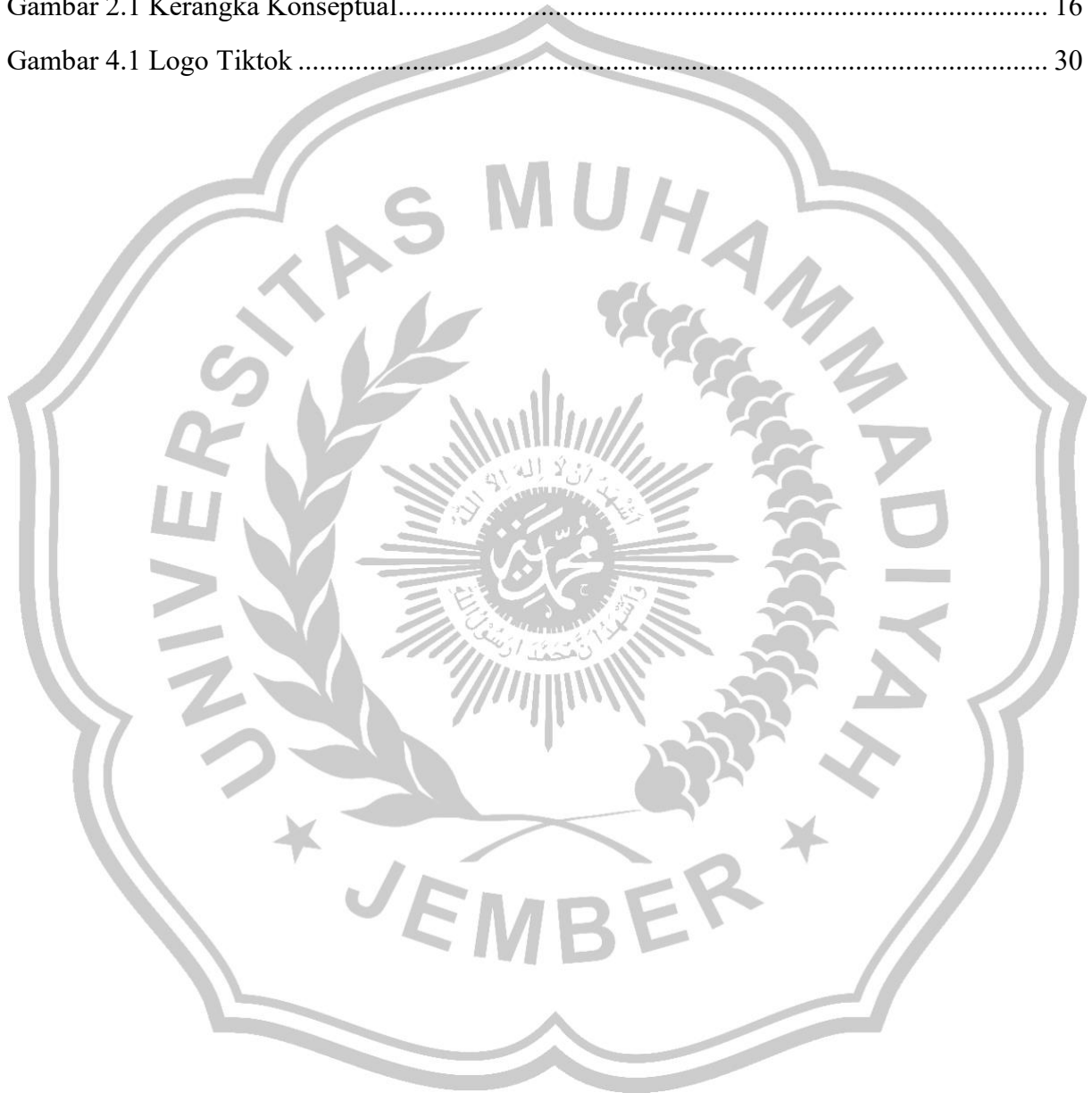
3.5.2	Teknik Pengambilan Sampel	23
3.5.3	Sampel	24
3.6	Teknik Pengumpulan Data	25
3.7	Statistik Deskriptif.....	26
3.8	Teknik Analisis Data	26
3.7.1	Uji Instrumen Data	26
1.	Uji Validitas.....	26
2.	Uji Reliabilitas	26
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	27
1.	Uji Normalitas	27
2.	Uji Multikolinearitas.....	27
3.	Uji Heteroskedastisitas	28
3.7.4	Uji Hipotesis	28
1.	Uji t (Uji Parsial)	28
2.	Uji F (Uji Simultan).....	28
3.7.5	Koefisien Determinasi R^2	28
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.1.1	Logo TikTok.....	31
4.1.2	Visi dan Misi TikTok Shop	31
4.2	Deskriptif Statistik.....	31
4.2.1	Responden Berdasarkan Usia	32
4.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.2.3	Responden Berdasarkan Instansi	32
4.2.4	Statistik Indeks Variabel Penelitian.....	33
4.2.5	Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga	33
4.2.6	Distribusi Jawaban Responden Variabel Persepsi Nilai.....	34
4.2.7	Distribusi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup.....	34
4.2.8	Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	35
4.3	Hasil Uji Instrumen Data.....	35
4.3.1	Hasil Uji Validitas Data.....	35
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas Data	36
4.4	Analisis Regresi Linear Barganda	37
4.5	Uji Asumsi Klasik	38
4.6	Uji Hipotesis-	39
4.6.1	Uji t (Parsial)	39
4.6.2	Uji f (Simultan).....	41
4.7	Analisis Koefisien Determinasi R^2	41
4.8	Pembahasan	42
4.8.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	42
4.8.2	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
4.8.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.8.4	Variabel Harga, Persepsi Nilai, Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.....	44
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran	45
DAFTAR PUSTAKA		47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Negara Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia pada Tahun 2023	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Brand 3Second Kabupaten Jember 2024	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Jumlah Populasi.....	22
Tabel 3.2 Jumlah Populasi dan Sampel	23
Tabel 3.3 Skala Likert	24
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Instansi.....	31
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel Harga	32
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel Persepsi Nilai.....	33
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel Gaya Hidup.....	34
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Bersarkan Variabel Keputusan Pembelian	34
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
Tabel 4.11 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	38
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multikolinieritas</i>	38
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Glejser</i>	39
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	40
Tabel 4.15 Hasil Uji f (Simultan)	41
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Negara Pengguna Internet Terbanyak Di Dunia.....	1
Gambar 1.2 Marketplace Belanja Online Paling Diminati Konsumen	3
Gambar 1.3 Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4.1 Logo Tiktok	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pernyataan	47
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban Kuesioner	49
Lampiran 3. Karakteristik Responden	51
Lampiran 4. Ditribusi Jawaban Variabel	55
Lampiran 5. Hasil Uji Instrumen	55
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
Lampiran 8. Uji Hipotesis	59
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	59
Lampiran 10. R Tabel, T Tabel dan F Tabel	60
Lampiran 10. Dokumentasi	63
Lampiran 11. Surat Izin Penelitian	64