

ABSTRAK

Dunia konsumsi modern, harga, persepsi nilai dan gaya hidup memiliki peran yang semakin penting dalam membentuk keputusan pembelian. Lebih dari sekadar memenuhi kebutuhan dasar, konsumen saat ini mencari produk dan layanan yang selaras dengan identitas, nilai-nilai, dan aspirasi mereka. Fenomena *thrifting*, atau pembelian baju bekas, menjadi semakin populer sebagai manifestasi dari gaya hidup tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, persepsi nilai dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk *thrifting* pada *marketplace* tiktok shop. Jenis penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel *Non probability* dengan teknik *Purposional sampling*, menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi R^2 . Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa harga, persepsi nilai dan gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk *thrifting* pada *marketplace* tiktok shop.

Kata Kunci : Harga, Persepsi Nilai, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The modern world of consumption, price, perceived value and lifestyle play an increasingly important role in shaping purchasing decisions. More than just meeting basic needs, consumers today seek products and services that align with their identity, values and aspirations. The phenomenon of thrifting, or buying second-hand clothes, is becoming increasingly popular as a manifestation of a certain lifestyle. This study aims to determine and analyze the influence of price, perceived value and lifestyle on purchasing decisions for thrifting products on the TikTok Shop marketplace. This type of research uses explanatory research with a sample size of 100 respondents and uses a Nonprobability sampling technique with a Purposive sampling technique, using a data collection technique in the form of a questionnaire to respondents. The data analysis technique for this study uses testing instruments, classical assumptions, multiple linear regression, hypothesis testing and the coefficient of determination R². The results of the analysis obtained indicate that price, perceived value and lifestyle have a significant partial and simultan effect on purchasing decisions for thrifting products on the TikTok Shop marketplace.

Keywords: Price, Perceived Value, Lifestyle, Purchase Decision

