

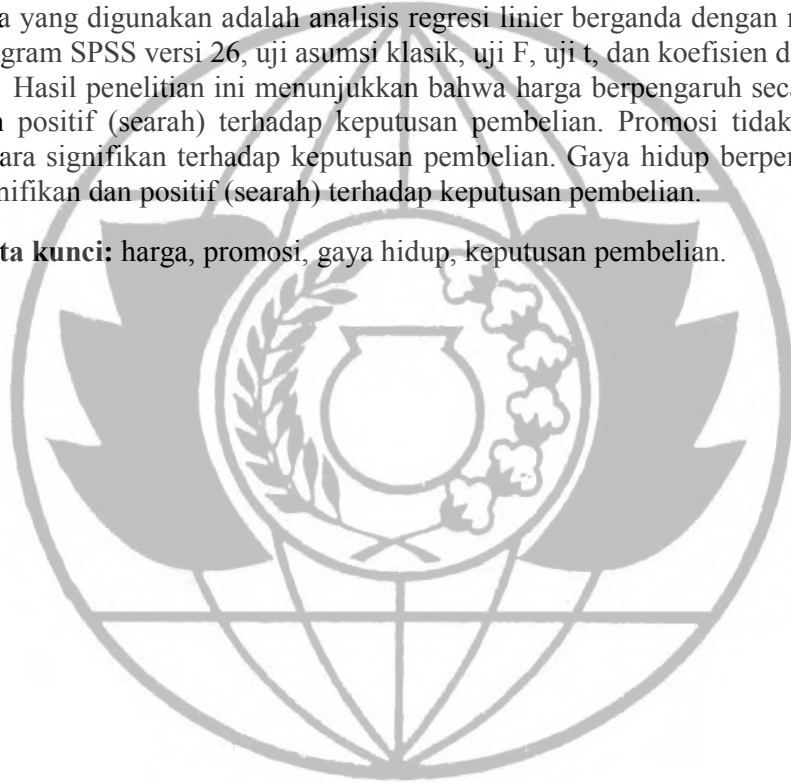
ABSTRAK

Pembelian pakaian bekas meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini membuat persaingan dalam bidang *fashion* menjadi sangat ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian bekas. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang pernah membeli pakaian bekas.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26, uji asumsi klasik, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan dan positif (searah) terhadap keputusan pembelian. Promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup berpengaruh secara signifikan dan positif (searah) terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: harga, promosi, gaya hidup, keputusan pembelian.



ABSTRACT

The purchase of used clothes increased during recent years. This makes a very tight competition in the field of fashion. This research aimed to find out the effect of price, promotion, and lifestyle on the purchasing decision of used clothes. This research was quantitative. Furthermore, the research population used the School of Economy Indonesia (STIESIA) Surabaya students who have ever done purchasing used clothes.

The sample collection technique of this research used the purposive sampling method i.e., a sample selection with determining criteria given. Moreover, based on the purposive sampling it obtained 100 respondents. Meanwhile, the data collection used questionnaires. On the other hand, the research data analysis method used multiple linear regressions analysis with the SPSS program 26 version, classic assumption test, F test, t-test and also coefficient determination.

The research result concluded that price had a significantly positive effect on the purchasing decision. Promotion did not significantly affect the purchasing decision. In addition, lifestyle had a positive and significant effect on the purchasing decision.

Keywords: *price, promotion, lifestyle, purchasing decision*



I certify that this translation is true and accurate, Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

23/2/22

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia