

**PENGARUH HARGA DAN *STORE IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Kalangan Konsumen Mesih Kanggo *Second Thrift* Purwokerto)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

ZAHRA BINTA ARISANDY

202010160311325

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN STORE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Kalangan Konsumen Mesih Kanggo Second Thrift Purwokerto)**

Oleh :

Zahra Binta Arisandy
202010160311325

Diterima dan disetujui
pada tanggal 19 Oktober 2024

Pembimbing I,

Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.

Pembimbing II,

Vajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN STORE IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Kalangan Konsumen Mesih Kanggo Second Thrift Purwokerto)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Zahra Binta Arisandy
NIM : 202010160311325
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

- Pembimbing I : Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.
- Pembimbing II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.
- Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.
- Penguji II : Rinaldy Achmad Roberth F., S.AB., M.M.

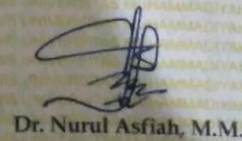
- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Zahra BintA Arisandy
NIM : 202010160311325
Program Studi : Manajemen
E-mail : zahrabinta28@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

- 1 Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
- 2 Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan atau sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulis karya ilmiah yang berlaku.
- 3 Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 26 September 2024

Yang membuat pernyataan,



Zahra BintA Arisandy

PENGARUH HARGA DAN *STORE IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Kalangan Konsumen Mesih Kanggo *Second Thrift* Purwokerto)

Zahra Bintu Arisandy, Ratih Juliati, Viajeng Purnama Putri

Program Studi Manajemen

E-Mail : zahrabinta28@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis harga, *store image*, minat beli dan keputusan pembelian pada kalangan konsumen Mesih Kanggo *Second* Purwokerto. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi yang digunakan adalah semua mahasiswa yang pertama kali membeli di Mesih Kanggo *Second* Purwokerto. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online. Metode analisis data yang digunakan yaitu rentang skala dan *Structural Equation Model* (SEM) dengan *software* SmartPLS 4.0. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *store image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, *store image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, minat beli mampu memediasi peran harga terhadap keputusan pembelian, dan minat beli mampu memediasi peran *store image* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, *store Image*, Minat Beli, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF PRICE AND STORE IMAGE ON PURCHASE
DECISIONS WITH PURCHASE INTEREST AS A MEDIATION
VARIABLE**

(Study Among Mesih Kanggo Second Thrift Consumers Purwokerto)

Zahra Binta Arisandy, Ratih Juliati, Viajeng Purnama Putri

Management Department, University of Muhammadiyah Malang

E-Mail : zahrabinta28@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze price, store image, purchasing interest and purchasing decisions among Mesih Kanggo Second Purwokerto consumers. This type of research is quantitative research with the population used being all students who purchased for the first time at Mesih Kanggo Second Purwokerto. The number of samples determined in this research was 160 respondents using a purposive sampling technique. The data collection technique in this research uses an online questionnaire. The data analysis method used is a range of scales and Structural Equation Model (SEM) with SmartPLS 4.0 software. Based on the results of research and analysis, it can be concluded that price has a positive and significant effect on purchasing decisions, store image has a positive and significant effect on purchasing decisions, purchase interest has a positive and significant effect on purchase decisions, price has a positive and significant effect on purchase interest, store image has a positive effect and significant to purchasing interest, purchasing interest is able to mediate the role of price in purchasing decisions, and purchasing interest is able to mediate the role of store image in purchasing decisions.

Keywords: Price, Store Image, Purchase Interest, Purchase Decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Kalangan Konsumen Mesih Kanggo Second Thrift Purwokerto)”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan derajat mencapai Sarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunannya, skripsi ini tidak jauh dari keterbatasan dan kekurangan. Namun, berkat bantuan banyak pihak termasuk dosen pembimbing, keterbatasan dan kekurangan tersebut dapat diminimalisir. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dra. Triningsih Sri Supriyanti, M.P. selaku Dosen Wali Kelas F Angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Dr. Ratih Juliati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi arahan, mengoreksi, serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
6. Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis lainnya yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Ayahanda Toto Juliandi dan Ibunda Desi Arisanti yang telah banyak memberikan doa, ridho, dukungan dan pengorbanan baik secara moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
9. Kepada Bude saya Uci Yuliati dan kakak sepupu saya Festy Putri Ramadhani yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
10. Nugroho Ardhy Prabowo sebagai *partner* yang selalu memberi *support*, mendengarkan keluh kesah, dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat saya Nanda Calista, Putri Anastasia, Novita Rizky Amaliah, Redithya Ega Fernanda, Anam Fahmi Wahyudin, dan Riyo Ganda Aribaraka yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.
12. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dan semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu.
13. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berusaha keras dan berjuang sampai akhir. Dan juga terima kasih telah mampu mengendalikan emosi dan *mood*-nya yang memutuskan penulis untuk tidak pernah menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini.

Kepada mereka semua, hanya ucapan terima kasih dan doa tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan roqib sebagai ibadah yang tiada ternilai.
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Malang, 26 September 2024

Penulis,

Zahra Bintu Arisandy

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Landasan Teori	13
1. Perilaku Konsumen	13
2. Keputusan Pembelian	15
3. <i>Store Image</i>	18
4. Harga	21
5. Minat Beli	23
C. Kerangka Pikir	24
D. Perumusan Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29

A. Lokasi Penelitian	29
B. Jenis Desain Penelitian	29
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	29
1. Populasi	29
2. Sampel	29
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
1. Data Primer.....	30
E. Definisi Operasional Variabel.....	31
F. Teknik Pengukuran Data	33
G. Metode Analisis Data	35
1. Analisis Rentang Skala	35
2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Karakteristik Responden	40
B. Hasil Penelitian.....	42
C. Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	74
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2. Hasil Uji SmartPLS 4	79
Lampiran 3. Data Responden.....	81
Lampiran 4. Tabel Toko <i>Thrift</i> Purwokerto.....	90

Lampiran 5. Penelitian Terdahulu 93
Lampiran 6. Grup Komunitas Thrifting Purwokerto 130
Lampiran 7. Grup Whatsapp 131

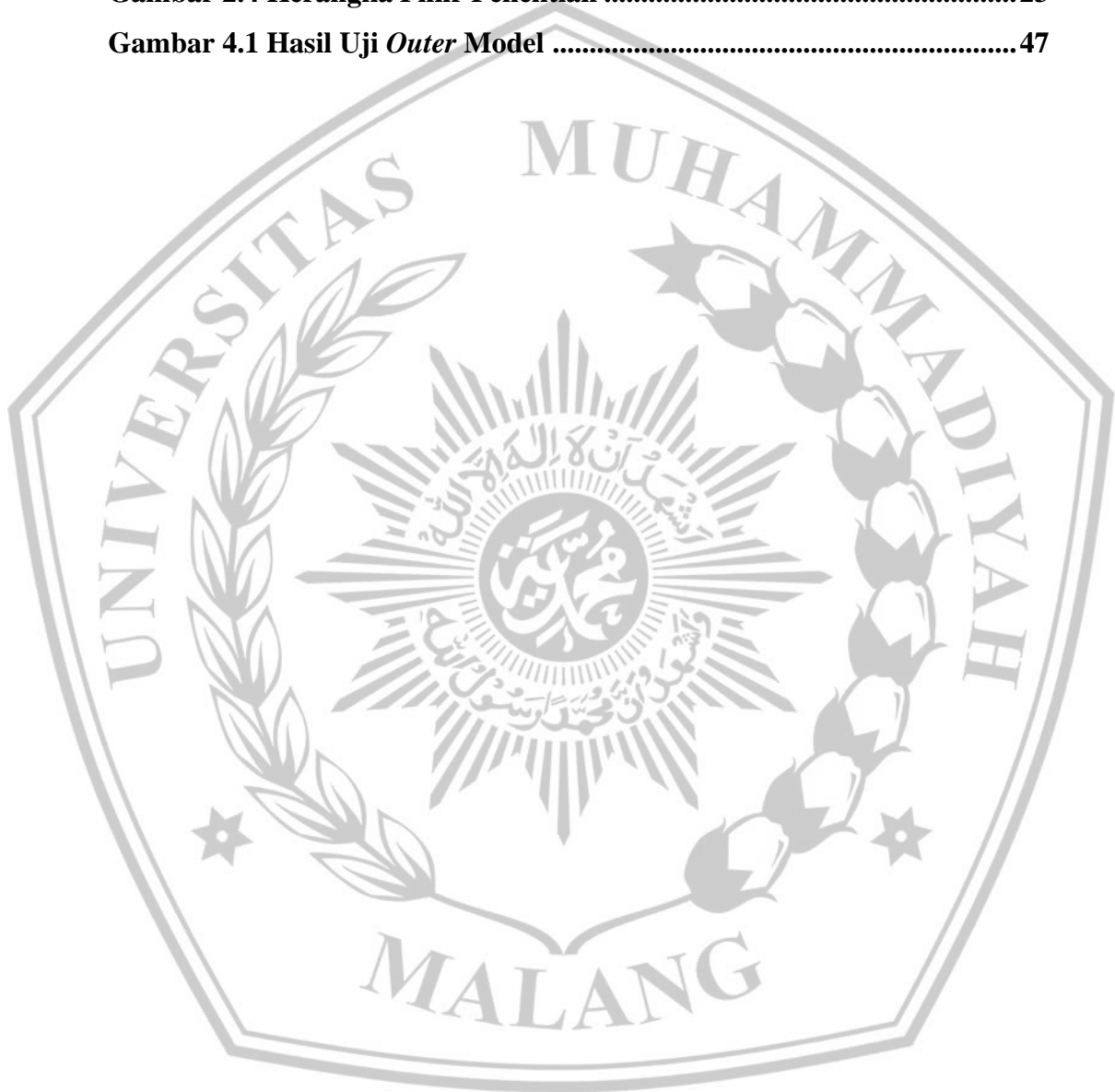


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	30
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	33
Tabel 3.3 Penilaian Rentang Skala.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan .	40
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Harga	42
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi <i>Store Image</i>	43
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Minat Beli.....	44
Tabel 4.9 <i>Convergent Validity</i>.....	46
Tabel 4.10 <i>Convergent Validity</i>	47
Tabel 4.11 <i>Cross Loading</i>.....	48
Tabel 4.12 <i>Fornell Larcker</i>	50
Tabel 4.13 Hasil Nilai Composite Reliability.....	51
Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>Cronbach's alpha</i>.....	51
Tabel 4.15 <i>Inner VIF (Variance Inflation Factor)</i>.....	52
Tabel 4.16 <i>Path Direct</i> (Pengaruh Langsung).....	53
Tabel 4.17 Hasil <i>spesifict indirect effects</i>	54
Tabel 4.18 R-Square (R^2).....	55

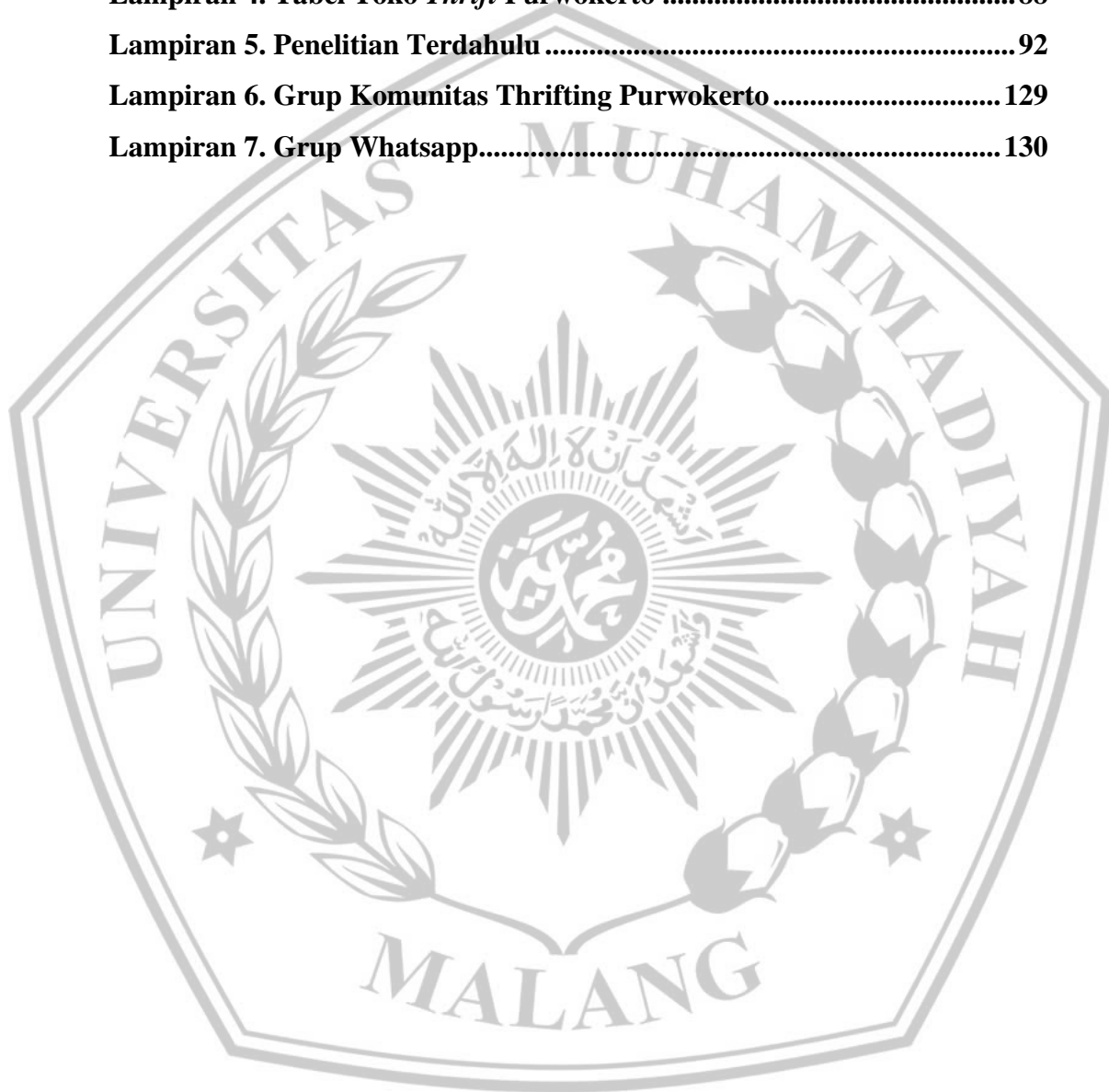
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan	15
Gambar 2.3 Kurva Keseimbangan Harga	20
Gambar 2.4 Kerangka Pikir Penelitian	23
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2. Hasil Uji SmartPLS 4	77
Lampiran 3. Data Responden	80
Lampiran 4. Tabel Toko <i>Thrift</i> Purwokerto	88
Lampiran 5. Penelitian Terdahulu	92
Lampiran 6. Grup Komunitas Thrifting Purwokerto.....	129
Lampiran 7. Grup Whatsapp.....	130



DAFTAR PUSTAKA

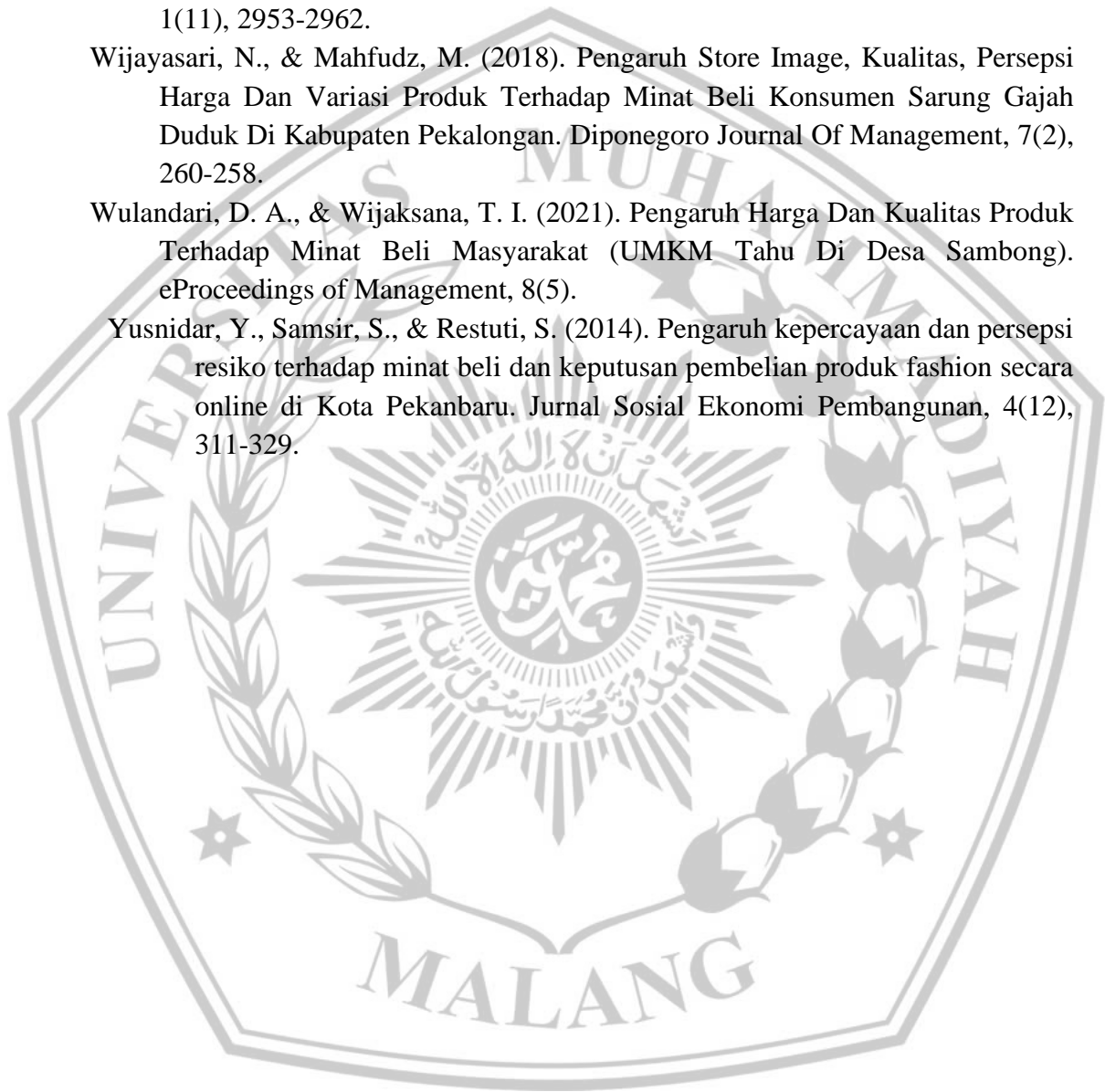
- Afiyany, F. D., & Fajari, I. A. (2022). Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap minat beli pakaian second di sa thrift shop. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 4(1), 18-24.
- Aliyas, A., Ismawati, I., Hasanuddin, A., Rahmat, M., & Sandra, E. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas (Thrift) Di Kota Batam. *Postgraduate Management Journal*, 3(1), 1-8.
- Ambardi, A., Aini, N., Husnayeti, H., & Helmi, H. (2023). Dampak Store Image, Fashion Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Online Shop. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 92-98.
- Anwar, A. F., Darpito, S. H., & Nurrohim, H. (2022). Pengaruh Store Image, Perceived Quality, Perceived Price terhadap Niat Beli Survei Pada Generasi Muda Calon Konsumen Produk Thrift di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 327-336.
- Aprilia, R. D., & Dwijayanti, R. (2021). Kecintaan Merek Lokal, Fashion Lifestyle, dan Minat Beli Sebagai Pembentuk Keputusan Pembelian Sneakers Ventela. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 11(1), 14-20.
- Beddu, M., Nurbakti, R., & Muin, S. A. R. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Polo T-Shirt Pada PT. Kaos' Ta Sukses Mulia Kota Parepare. *Amsir Management Journal*, 2(2), 89-94.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta
- Cen, C. C. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, Dan Merek Terhadap Minat Beli Pakaian di Toko Kimberly. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 9(2), 356-360.
- David, Aker, A. L. B. (2009). *Store Equity And Advertising: Advertising In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Desafitri RB, L. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli di Koi Thé Mall Central Park Jakarta. *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli di Koi Thé Mall Central Park Jakarta*, 26(2), 213-222.
- Fahriza, T., Madita, R., Islami, E. R. P., Nafiah, M., Fahmy, Z., & Zikrinawati, K. (2023). The Effect of Price Perceptions and Purchase Intention on Purchase Decisions of Fashion Products Through the Marketplace Shopee in Students of Walisongo State Islamic University: Pengaruh Persepsi Harga dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion melalui Marketplace Shopee pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. *Journal of Multidisciplinary Science*, 2(3), 151-159.
- Faisal, M. E., Savitri, C., & Suroso, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift Di Toko Buttress Market. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7857-7862.

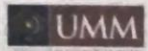
- Fauziah, M. N., & Setiawan, H. (2022, October). Analisis Pengaruh Store Image, Product Quality, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shopping Fashion Di Instagram. In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 4).
- Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ganesha, T. P., & Rinanda, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Thrift Store di Instagram. *Jurnal Entrepreneur dan bisnis (JEBI)*, 1(2).
- Hasanah, U., Chotib, M., & Qoriani, H. F. (2023). Pengaruh Harga, Persediaan Barang dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai variabel Intervening. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(10), 1577-1597.
- Huda, N., Hulaify, A., Zakiyah, Z., & Komarudin, P. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 1-12.
- Imaroh, N., & Marlina, N. (2022). Pengaruh store reputation dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian branded preloved di thriftshop online instagram. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 239-245.
- Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Second Brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 646-651.
- Iwan Kesuma Sihombing, dan Ika Sari Dewi. 2019. Pemasaran dan Manajemen Pasar. Yogyakarta: Deepublish
- Khofifah, F., Salim, M. A., & Slamet, A. R. (2023). Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting (Konsumen Di Thrift Shop Nyandangbaju_). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Kotler, Philip. Armstrong, Gary, (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 12. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2012. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2007). Manajemen Pemasaran. Erlangga.
- Kotler, & A. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. PT Erlangga
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran (kedua). PT Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 2. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management* 16 edition. New Jersey: Pearson
- Kurniawan, B. (2022). Pengaruh Produk, Harga, Dan Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Toko Pakaian Bekas Thriftdulduldul). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Latifah, V. U., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Store Image, Persepsi Harga, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Preloved Di Thriftshop Online Instagram (Studi Pada Konsumen@ kenangan. mantann Di Kota Kendal). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 409-420.
- Lotulung, P. V., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 561-572.
- Mahemba, U. S. A. K., & Rahayu, C. W. E. (2019, December). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. In *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu* (Vol. 1, No. 2, pp. 428-439).
- Narvantinova, V. N., Latief, F., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Store Image, Harga Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Thrift Shop Online Di Kota Makassar (Studi Pada Konsumen @Thriftbuy.me kota makassar). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(1), 13-22.
- Periyadi, P., Junaidi, J., & Maulida, N. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 4(2), 152-162.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas*. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga
- Pratama, M. A. D., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Produk Thrifting Store Swoosh. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (ekuitas)*, 5(1), 78-85.
- Ratri, L. E. (2007). Hubungan Antara Citra Merek (Store Image) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Store Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler. Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi, Undip, Semarang
- Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di pasar baru langowan. *Productivity*, 2(3), 228-233.

- Russanti, I. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *Jurnal Online Tata Busana*, 10(3), 62-68.
- Saifuddin, M., & Rahmayanti, N. M. (2021). Pengaruh Store Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram. *Cakrawala Management Business Journal*, 4(2), 847-868.
- Sari, P. S., & Salmah, N. N. A. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Baju Karate Merek Arawaza di Kota Palembang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 411-418.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
- Schiffman, & Kanuk, (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition
- Sefudin, A. (2014). Redefinisi bauran pemasaran (marketing mix) “4P” ke “4C” (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI). *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1), 17–23.
- Savira, V. S. N., & Yulianti, I. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 1(1).
- Shidiqy, M. F. H. A., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Thrifting Shop Di Kalangan Mahasiswa Aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 66-73.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Suhaemi, M. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Distro Three Second di Kota Cilegon). *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 1(2), 31-37.
- Syaputri, D., Devita, S., & Listyani, U. (2023). Pengaruh Konten Marketing Tiktok @ Hazellitaa Terhadap Minat Beli Baju Dishopee. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(1), 8-11.
- Tangko, M., Christiany, N., & Andreani, F. (2016). Analisis Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Just Coffee Specialty Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 4(2), 217-233.
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tukuboya, A. I. (2023). Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Pada Double Thrift Jayapura. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(1), 1-9.
- Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2015). Analisis Kualitas Produk, Store Image Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).

- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Store Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Wijaya, R., & Nugroho, A. J. (2022). Mengetahui Pengaruh Kualitas Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2953-2962.
- Wijayasari, N., & Mahfudz, M. (2018). Pengaruh Store Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 260-258.
- Wulandari, D. A., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu Di Desa Sambong). *eProceedings of Management*, 8(5).
- Yusnidar, Y., Samsir, S., & Restuti, S. (2014). Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12), 311-329.





Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang

Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 26/9/2024

Kode : 2465744660
Nama : Zahra Binta Arisandy
NIM : 202010160311325
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : **LULUS**
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

