

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI INSTAGRAM NATIONALSECOND
BRANDED**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE
PERCEPTIONS ON THE DECISION TO PURCHASE USED FASHION
PRODUCTS (THRIFTING) ON NATIONALSECOND BRANDED INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR

HINDAMI RIZKI HIBATUR RAHMAN

193402516421



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI INSTAGRAM NATIONALSECOND
BRANDED**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

Hindami Rizki Hibatur Rahman

193402516421



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI INSTAGRAM NATIONALSECOND

BRANDED

Penulis menyatakan bahwa seluruh ide dan hasil penelitian yang terdapat dalam tugas akhir ini adalah karya orisinal, kecuali kutipan-kutipan yang telah disertakan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diprogram serupa di intitusi pendidikan lain. Penulis bertanggung jawab sepenuhnya atas kesalahan yang mungkin terdapat didalamnya.



Agustus 2024

Hindami Rizki Hibatur Rahman

NPM : 193402516421

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI INSTAGRAM NATIONALSECOND BRANDED**

Nama : **Hindami Rizki Hibatur Rahman**

Nomor Pokok Mahasiswa : **193402516421**

Program Studi : **Manajemen**

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Ian Zulfikar, M.Si.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,


(Resti Hardini, S.E., M.Si.)



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BEKAS (THRIFTING) DI INSTAGRAM NATIONALSECOND BRANDED**

Nama : **Hindami Rizki Hibatur Rahman**

Nomor Pokok Mahasiswa : 193402516421

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Nasional

Mengesahkan,
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr Ian Zulfikar, M.Si.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji





(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M)

(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

(Prof. Dr. Supono Efendi, S.E., M.M.)

Jakarta : 29 Agustus 2024

Tanggal Lulus : 29 Agustus 2024

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI INSTAGRAM NATIONALSECOND BRANDED

Oleh

Hindami Rizki Hibatur Rahman

193402516421

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Dr. Ian Zulfikar, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* bekas (*THRIFTING*) di Instagram NationalSecond Branded. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan konsumen yang pernah membeli produk di NationalSecond Branded sebagai sample, Yang berjumlah 100 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga secara signifikan dan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian di NationalSecond Branded. Tetapi Persepsi Harga menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* bekas (*thrifting*) di Instagram NationalSecond Branded. Karena dengan kategori barang bekas, Kualitas dan Harga yang disajikan masih sangat layak dan bersahabat.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE PERCEPTIONS ON THE DECISION TO PURCHASE USED FASHION PRODUCTS (THRIFTING) ON NATIONALSECOND BRANDED INSTAGRAM

By:

Hindami Rizki Hibatur Rahman

193402516421

The Final Project Under Supervision of Dr. Ian Zulfikar, M.Si.

his research aims to analyze the influence of product quality, service quality and price perception on purchasing decisions for used fashion products (THRIFTING) on NationalSecond Branded Instagram. This research uses a quantitative approach with a survey method involving consumers who have purchased products at NationalSecond Branded as a sample, totaling 100 people. Data was collected through questionnaires which were analyzed using descriptive and inferential analysis methods. The research results show that Product Quality, Service Quality, and Price Perception have a significant and positive influence on Purchasing Decisions at NationalSecond Branded. However, price perception is the most influential factor in purchasing decisions for used fashion products (thrifting) on NationalSecond Branded Instagram. Because in the used goods category, the quality and prices presented are still very reasonable and friendly.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price Perception, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan menyatakan rasa terima kasih dan syukur kepada Allah Subhanahu WaTa'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis berhasil menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul. **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIN PRODUK FASHION BEKAS (*THRIFTING*) DI INSTAGRAM NATIONALSECOND BRANDED.”** dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana (S1) dalam Jurusan/Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menghadapi berbagai hambatan, baik yang bersifat teknis maupun lainnya. Namun, berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat, dan bantuan dari berbagai pihak, semua hambatan tersebut berhasil diatasi dengan baik. Oleh karena itu, dengan rendah hati, penuh kasihsayang, dan rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada.

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.a, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak P Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.M., Selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si, Selaku Ketua Program Stufi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Ian Zulfikar, M.Si., selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu dalam menyempurnakan kekurangan, memberi solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa

tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Semua Staff sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih, penulis sebagai mahasiswa.
8. Kepada Orang Tua Penulis Bapak Suherman dan alm.Ibu Sriningsih yang telah mendukung, mendoakan, memberikan semangat dan perhatian yang sangat luar biasa setiap harinya, serta membiayai kuliah dari awal hingga saat ini sehingga penulis bisa menyelesaikan studi ini sampai akhir.
9. Kepada Kaka tercinta Anggar Perdana Kusuma dan Nurfitri Permatasari yang selalu supportif dan tegas menjadi kaka yang selalu memberikan saya dorongan ketika saya sedang dalam kondisi yang bukan terbaik saya.
10. Kepada wanita pujaan Ku Gita Sekar Andarini yang selalu memberikan energi positif melalui suara dan parasnya yang indah, yang membangunkan semangat dalam penulisan Tugas Akhir ini.
11. Kepada Rafly.A.M, Ilham Nur Fauzi, Samsul Hudah, Syamil Khisam, Abdul Gani, Rifqi Jidan, Yogi Alfaizi, Ibnu Chaedar, Amelia Putri, Ezra Raka, Alvin Anugrah, Yasmine, Farhan Rezaldi, Muhammad Zainudin, Fakhri Azwar, Gusti Mulya, Aditya Firmansyah, Raden Daffa, Bobby, Rayhan Fernanda, Aditya Arbi, Aldi A.L, Vatih, Ricko Putra, Rama Faqih, Aufa, Ananda Abdul, Ali Murtado, Rafly Diwa, Frifolisa, dan Salsabila yang selalu menemani dan telah memberikan banyak warna di Universitas Nasional.
12. Kepada Turnstile, Silampukau dan JKT48 yang musiknya selalu saya putar dalam penulisan Tugas Akhir ini.
13. Kepada Fizar Wiradhika, Fachry Assegaf, Muhammad Ghozali Bani Ibrahim, Faisal Rahman, dan Ibnu Ramadhan yang juga memberikan dorongan semangat dan motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
14. Kepada Jordan Umar, Toby Manyu, Irfan Maulana, Subastianoro, Antoni Rahman, Luthfi Muhamad, Panji Anom dan Azzam Faiz yang selalu menghibur saya sepanjang penulisan Tugas Akhir ini.
15. Kepada Abdulloh Qadhafi, Labay Majid, Dinda Thamara, Chika Nur Nazra, Alvia Zahrani, dan Putri Apriliani yang sering memberikan makanan dan minuman kepada saya saat proses penulisan Tugas Akhir ini.

Tugas akhir ini merupakan usaha yang masih belum sempurna, kepada para pembaca mohon masukan, saran, dan kritik yang sifatnya membangun, kiranya mohon untuk dimaklumi. Akhirnya penulis senantiasa berdoa kepada Allah SWT, semoga bantuan Bapak/Ibu dan semua pihak diberikan balasan yang setimpal dan selalu melimpahkan berkah dan hidayah-Nya pada kita sekalian.

Demikian tugas akhir ini disusun dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN\	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Teori Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian	7
1. Manajemen Pemasaran	7
2. Filosofi Manajemen Pemasaran	7
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	8
4. Kualitas Produk	9
5. Kualitas Pelayanan	11
6. Persepsi Harga	13
7. Keputusan Pembelian	16
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	18
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	18
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	19

3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	19
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	20
D. Kerangka Analisis	23
E. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Objek Penelitian	24
B. Data Penelitian	24
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	24
2. Populasi dan Sampel	25
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	26
C. Definisi Operasional Variabel.....	27
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian.....	35
B. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Rujukan	20
Tabel 3.1 Skala Interval.....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Total Skor Mean Variabel Kualitas Produk (X1)	40
Tabel 4.6 Total Skor Mean Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	41
Tabel 4.7 Total Skor Mean Variabel Persepsi Harga (X3)	42
Tabel 4.8 Total Skor Mean Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3)	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	51
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedasitas	52
Tabel 4.18 Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.19 Uji F	55
Tabel 4.20 Uji R ²	56
Tabel 4.21 Uji T.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir	2
Gambar 1.2 Statistik Data Penjualan NationalSecond Branded.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	23

