

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh Brand Import, Harga Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Pada Generasi Z (Studi Kasus: Pelanggan OCTA PDM Thrief Store Jl. Belakang Pasar Penampungan Lama, Pasar Atas, Kota Bukittinggi)**”. Disusun oleh Aisyah NIM 3721097, mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh trend membeli pakaian bekas pada generasi z, dengan kebiasaan generasi z membeli pakaian bekas impor dari pada lokal dalam memenuhi gaya hidupnya, sehingga kebiasaan ini dapat memicu perilaku konsumtif pada generasi z dalam mengonsumsi pakaian bekas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *brand import*, harga dan *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian pakaian bekas pada generasi z.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang responden yang merupakan generasi z yang menjadi pelanggan pada toko OCTA PDM Thrief Import. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisioner secara daring melalui Google Form dan secara langsung. Analisis data dilakukan dengan bantuan *Software IBM Statistic Program For Social Science* (SPSS 30) dengan melakukan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisiensi determinasi (R^2). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis secara parsial dan stimulant pengaruh variabel independent *brand import*, harga dan *fashion lifestyle* terhadap variabel dependen keputusan pembelian pakaian bekas pada generasi z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji-t variable *brand import* memiliki nilai t-hitung $(6,350) > t\text{-tabel} (1,985)$ dengan signifikansi $-0,001 < 0,05$. Jadi secara parsial *brand import* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji-t variable harga memiliki nilai t-hitung $(9,766) > t\text{-tabel} (1,985)$ dengan signifikansi $-0,001 < 0,05$. Jadi secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji-t variabel *fashion lifestyle* memiliki nilai t-hitung $(9,589) > t\text{-tabel} (1,985)$ dengan signifikansi $-0,001 < 0,05$. Jadi secara parsial *fashion lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji-F variabel *brand import*, harga dan *fashion lifestyle* memiliki nilai F-hitung $(45,686) > F\text{-tabel} (3,09)$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Jadi secara stimulant variabel *brand import*, harga dan *fashion lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Perhitungan nilai koefisiensi determinasi diperoleh bahwa *brand import*, harga dan *fashion lifestyle* secara stimulant mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 58,8%.

Kata Kunci: Brand Import, Harga, Fashion Lifestyle Dan Keputusan Pembelian.