

PENGARUH *LIFE STYLE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN *THRIFTING* PADA TOKO FLAMINGO OUTFIT

I Komang Putra Adiyasa¹, Ni Luh Putu Anom Pancawati², Ida Ayu Nyoman Sutriani³
 Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram
 ikomangputraadiyasa@gmail.com, anompancawati19@iahn-gdepudja.ac.id,
 dayouman23@gmail.com

Keywords:
Lifestyle, Product Quality, Purchasing Decisions, Thrifting

Abstract

This study aims to analyze and describe the influence of lifestyle and product quality on thrifting clothing purchasing decisions at the Flamingo Outfit Store. This study uses a quantitative approach with analytical tools in the form of validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, t-tests, and F-tests. Data processing was carried out with the help of the SPSS 23 computer program. Based on the results of the study on 96 respondents, it was found that the lifestyle variable was proven to have a partial significant effect on purchasing decisions. This is indicated by a significance value of 0.000 (<0.05) and a calculated t value of 8.284 which is greater than the t table of 1.985. The product quality variable also has a partial significant effect, with a significance value of 0.000 (<0.05) and a calculated t value of 22.468 > t table of 1.985. The results of the F test indicate that lifestyle and product quality simultaneously influence purchasing decisions. Meanwhile, the calculated F value of 297.400 is greater than the F table of 3.09, which confirms the joint influence of the two independent variables on the dependent variable at the Flamingo Outfit Store.

Kata kunci: Life Style, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Thrifting

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh life style dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian thrifting di Toko Flamingo Outfit. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 23. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 96 responden, diperoleh temuan bahwa Variabel life style terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,000 (< 0,05) dan nilai t hitung 8,284 yang lebih besar dari t tabel 1,985. Variabel kualitas produk juga berpengaruh signifikan secara parsial, dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05) dan nilai t hitung 22,468 > t tabel 1,985. Adapun Hasil uji F menunjukkan bahwa life style dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Nilai F hitung sebesar 297,400 lebih besar dari F tabel 3,09, yang mengonfirmasi adanya pengaruh bersama-sama dari

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di era globalisasi saat ini sangat dipengaruhi oleh perubahan perilaku dan gaya hidup masyarakat. Kemajuan teknologi, dan semakin kompleksnya kebutuhan konsumen menjadikan sektor perdagangan mengalami perubahan besar. Salah satu bentuk adaptasi terhadap perubahan tersebut adalah munculnya pola konsumsi yang lebih sadar akan nilai ekonomis, estetika, dan keberlanjutan lingkungan.

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan minat terhadap *fashion* yang tinggi di tingkat global. Fakta ini tercermin dari banyaknya merek internasional yang membuka gerai di Indonesia, seperti H&M, Uniqlo, Zara, Polo, Converse, Chanel, Levi's, Dickies, Adidas, dan Lacoste. Namun, mengikuti tren *fashion* melalui merek-merek tersebut seringkali dianggap mahal. Untungnya, tampil secara *fashionable* tidak selalu memerlukan biaya tinggi (Dewi & Mahargiono, 2022). Fenomena ini melatarbelakangi munculnya istilah '*thrifting*' di masyarakat, yang menawarkan pakaian dengan harga terjangkau namun tetap *stylish*.

Secara terminologis, *thrifting* didefinisikan sebagai aktivitas memperoleh barang bekas pakai. Istilah *thrift* secara etimologis berakar dari kata *thrive*, yang bermakna "berkembang" atau "maju". Adapun kata *thrifty* merujuk pada sikap bijaksana dan efisien dalam penggunaan uang serta barang. Oleh karena itu, *thrifting* dapat dipahami sebagai sebuah praktik pembelian barang bekas yang bertujuan untuk berhemat atau mengoptimalkan penggunaan dana secara efektif (Pratama, 2024).

Provinsi Nusa Tenggara Barat, khususnya Kota Mataram, merupakan wilayah yang sedang berkembang pesat dalam berbagai sektor, termasuk ekonomi kreatif. Kota Mataram sebagai pusat pemerintahan dan kegiatan ekonomi di provinsi ini memiliki banyak fasilitas penunjang seperti pusat perbelanjaan, kedai kopi, distro, hingga *thrift store*. Untuk di Kota Mataram ada sebuah lokasi yang dimana anak muda, orang tua serta masyarakat suka berbelanja *thrifting* yakni di Pasar Karang Sukun. Tetapi kekurangan berbelanja dipasar karang sukun yakni selain ramai penuh sesak juga barangnya belum di cuci terkadang masih kotor. Kemudian munculah toko toko *thrift* yang memiliki fasilitas yang lebih nyaman untuk melayani konsumen.

Flamingo Outfit yakni Salah satu *thrift store* yang cukup dikenal di kota

mataram, yang berlokasi di Jl. Bung Karno No. 78, Pagesangan Timur, Kota Mataram. Flamingo Outfit menjual berbagai macam pakaian bekas layak pakai, baik produk bermerek internasional maupun lokal, dengan kualitas yang terjaga dan harga yang terjangkau. Produk-produk yang tersedia mencakup *T-Shirt*, jaket, celana, rok, jeans, kemeja, dan pakaian rajut. Toko ini juga aktif melakukan promosi melalui media sosial, khususnya Instagram, serta menyediakan sistem pembelian yang fleksibel, baik secara langsung di toko maupun melalui *Direct Message* (DM) instagram layanan pengantaran seperti Gojek dan Grab Express. Hal ini menunjukkan bahwa Flamingo Outfit telah beradaptasi dengan kebutuhan konsumen masa kini yang mengutamakan kepraktisan dan kenyamanan dalam berbelanja.

Life Style yang dianut oleh individu berpengaruh kuat terhadap cara mereka mengambil keputusan dalam berbelanja. Kotler & Keller, (2019), menjelaskan bahwa “gaya hidup sebagai pola hidup yang terwujud melalui aktivitas, minat, dan opini seseorang, sekaligus menjadi manifestasi kepribadian yang dibentuk oleh latar belakang, nilai personal, dan lingkungan sosial”. *Life style* tidak hanya mencerminkan preferensi pribadi, tetapi juga mencerminkan nilai, norma, dan simbol identitas dalam masyarakat. Dalam konteks konsumsi pakaian, khususnya produk *thrifting*.

Selain pengaruh *life style*, kualitas suatu produk konsisten menjadi variabel krusial yang menentukan pilihan konsumen dalam berbelanja. Menurut Kotler dan Keller dalam Dewi & Mahargiono (2022), kualitas produk adalah “senjata strategis untuk bersaing, dengan kemampuan menunjukkan ketahanan, keandalan, dan kemudahan penggunaan”. Meskipun berasal dari pasar sekunder, konsumen tetap menuntut produk dengan standar tertentu seperti daya tahan, keutuhan bentuk, kebersihan, dan kenyamanan. Kualitas menjadi jaminan bahwa pakaian bekas yang dibeli tetap layak pakai dan memberikan pengalaman konsumsi yang memuaskan.

Tujuan dari penulisan artikel ini untuk menganalisis apakah gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* pada toko Flamingo Outfit. Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi pemasaran dan pengelolaan bisnis yang lebih tepat dalam menjawab perubahan preferensi konsumen, sekaligus mendukung keberlanjutan usaha *thrifting* di tengah kompetisi bisnis yang kian kompetitif.

Metode

Penelitian ini menggunakan variabel *Life Style* (X1) dan Kualitas Produk (X2) sebagai variabel independen dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y). lokasi dari penelitian ini di toko Flamingo Outfit yang berlokasi di yang berlokasi di Jalan Bung Karno Nomor 78, Kelurahan Pagesangan Timur, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat Adapun yang populasi penelitian ini yakni berjumlah 96 responden yang juga merupakan pembeli atau customer Toko Flamingo Outfit.

Proses pengumpulan data ini menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi serta penyebaran kuesioner secara langsung kepada pembeli atau customer Toko Flamingo Outfit, data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *Likert*. Adapun metode pengujian yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t dan uji F, yang kemudian dipaparkan ataupun disajikan dalam bentuk tabel dan grafik.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas yaitu hasil perhitungan yang bisa dinyatakan valid apabila taraf signifikan $< 0,05$ atau 5%. Validnya instrumen dapat dinyatakan apabila: "r-hitung lebih besar dari r-tabel, tetapi jika r hitung lebih kecil dari r-tabel maka dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini nilai r-tabel menggunakan taraf signifikan 0,05 dengan n berjumlah 96 maka untuk memperoleh r-tabel menggunakan ketentuan $df = n-2$, $df = 96 - 2 = 94$ sehingga memperoleh nilai r-tabel sebesar 0,200. diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas seluruhnya memiliki hasil yang dimana taraf signifikansi $< 0,05$ atau 5% atau yang juga r-hitung yang lebih besar dari r-tabel dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan dari pernyataan variable pelayanan dan kepuasan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berkaitan dengan sebuah metode pengujian yang menghitung suatu kusioner yang hanya berupa indikator dari varibabel yang relevan. Tingkat keandalan (reliabilitas) suatu konstruk atau variabel diukur dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's alpha* (α). Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila menghasilkan nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar alpha	Keterangan
1	Variabel (X1)	0.796	0,6	Reliabel
2	Variabel (X2)	0.900	0,6	Reliabel
3	Variabel (Y)	0.794	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Merujuk pada tabel di atas, terlihat bahwa seluruh variabel penelitian, meliputi *life style* (X1), kualitas produk (X2), dan keputusan pembelian (Y), memiliki nilai koefisien alpha Cronbach di atas 0,6 yang mengindikasikan tingkat reliabilitas instrumen penelitian yang memadai.

Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan untuk melakukan uji terkait data yang dipakai dalam model regresi apakah telah berdistribusi dengan normal atau tidak. Disini pengujian data yang terdistribusi normal ataupun tidak peneliti menggunakan teknik residual Kolmogorov Smirnov dan metode grafis *p - p plot*.

Tabel Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09305212
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.058
	Positive	.047
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

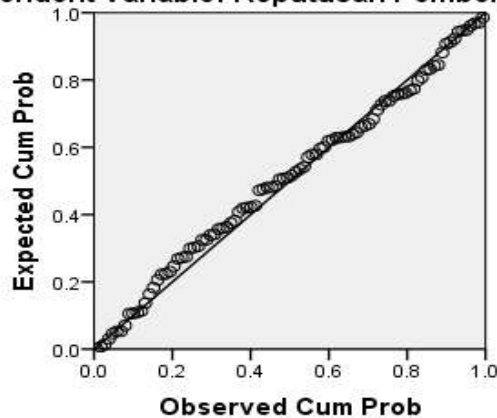
Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Merujuk pada hasil analisis yang tersaji pada tabel, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai ini melebihi batas signifikansi statistik sebesar 0,05. Hal ini membuktikan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Gambar Hasil Uji Normalitas Grafis P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Berdasarkan ilustrasi grafik tersebut, histogram memperlihatkan pola kurva yang selaras dengan distribusi normal. Selain itu, sebaran titik-titik data juga mengikuti dan mendekati garis diagonal. Dengan demikian, disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, seluruh data pada variabel tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Analisis multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan korelasi linier antarvariabel bebas dalam sebuah model regresi. Dalam model regresi yang ideal, variabel-variabel prediktor diharapkan bersifat independen atau tidak menunjukkan derajat korelasi yang signifikan satu sama lain, sehingga dapat dikatakan bahwa model tersebut bebas dari gangguan multikolinieritas. Untuk mengidentifikasi adanya korelasi antarvariabel, metode yang umum digunakan adalah dengan menganalisis besaran *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Suatu model dinyatakan bebas multikolinieritas apabila memenuhi kriteria nilai *tolerance* $> 0,1$ (10%) atau *VIF* < 10 . Indikasi adanya multikolinieritas juga dapat dilihat melalui koefisien determinasi (R^2) yang tinggi atau signifikansi uji F.

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-16.861	5.183		-3.253	.002		
	Life Style	.571	.069	.316	8.284	.000	.997	1.003
	Kualitas Produk	.668	.030	.858	22.468	.000	.997	1.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Merujuk pada tabel di atas, terlihat bahwa hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

- 1) *Variance Inflation Factor (VIF) Life Style (X1)* 1.003 <10 dan Nilai Tolerance 0,997 >0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) *Variance Inflation Factor (VIF) Kualitas Produk (X2)* 1.003 <10 dan Nilai Tolerance 0.997 >0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya pengujian ini adalah untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, yaitu kondisi di mana variance dari residual tidak sama antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Agar diketahui ada tidaknya masalah *heteroskedastisitas*, digunakan uji *Glejser* dan *grafik scatterplot*.

Tabel Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.553	3.320		1.371	.174
	Life Style	-.052	.044	-.120	-1.168	.246
	Kualitas Produk	.011	.019	.061	.591	.556

a. Dependent Variable: ABS_RES

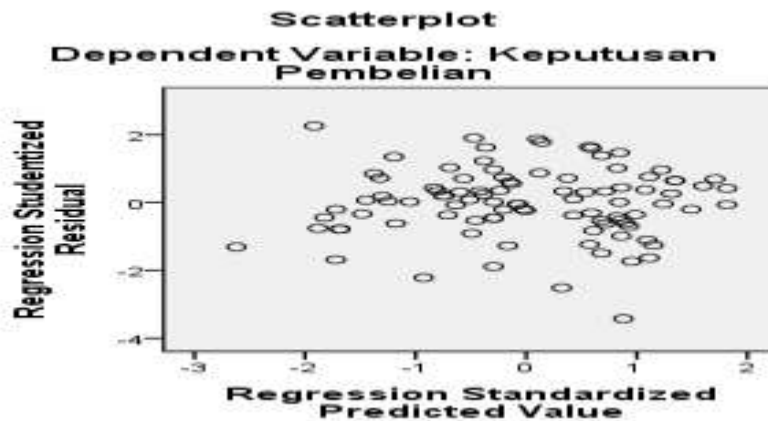
Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Merujuk pada data yang terlihat di tabel diketahui tersebut, disimpulkan bahwa nilai Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi untuk variabel *Life Style* menunjukkan angka 0,246, sedangkan variabel Kualitas Produk memperoleh nilai signifikansi 0,556. Karena kedua nilai signifikansi variabel independen tersebut berada

di atas threshold 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model.

Temuan ini selanjutnya diperkuat oleh visualisasi *scatterplot* yang menunjukkan pola sebaran data yang acak sebagai berikut:

Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Hasil analisis pada gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas karena pola residual tidak menunjukkan bentuk bergelombang, melebar, atau menyempit. Selain itu, sebaran titik-titik residual berada secara acak di atas dan bawah nilai nol pada sumbu Y, sehingga dapat dikonfirmasi bahwa model bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tujuan pengujian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara menganalisis dampak *Life Style* (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian Pakaian *Thrifting* di Toko Flamingo Outfit.

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-16.861	5.183		-3.253	.002
	Life Style	.571	.069	.316	8.284	.000
	Kualitas Produk	.668	.030	.858	22.468	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Konstanta (α) menunjukkan nilai negatif, yaitu -16,861, yang mengindikasikan bahwa jika variabel *Life style* (X1) dan kualitas produk (X2) tidak memberikan

pengaruh atau bernilai nol, maka prediksi nilai keputusan pembelian (Y) akan berada pada 16,861. Nilai negatif ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari kedua variabel independen, maka kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian sangat rendah. Meskipun secara matematis bernilai negatif, hal ini hanya menunjukkan posisi awal model dan tidak selalu menggambarkan kondisi riil karena nilai nol pada variabel sosial seperti *life style* dan kualitas produk jarang terjadi di lapangan.

Berdasarkan hasil Koefisien regresi variabel *life style* (X1) pengolahan data, teridentifikasi korelasi positif yang bermakna secara statistik antara pola hidup konsumen dengan perilaku pembelian. Dapat diinterpretasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada gaya hidup konsumen, akan diikuti oleh kenaikan sebesar 0,571 unit pada keputusan pembelian, ceteris paribus. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi positif antara peningkatan strata gaya hidup dengan intensitas perilaku pembelian produk pada konsumen *thrifting*.

Hasil analisis Koefisien regresi variabel kualitas produk (X2) menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif dan signifikan secara statistik. Apabila terjadi peningkatan satu unit pada kualitas produk, maka kecenderungan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,668 unit. Temuan ini memperkuat bukti bahwa kualitas produk merupakan faktor determinan yang memengaruhi keputusan pembelian, khususnya pada produk pakaian *thrifting*

Hasil Uji t

Dalam menguji hipotesis pertama, dilakukan uji parsial (t) untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hubungan tersebut berpengaruh secara signifikan. Akan tetapi, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka signifikan antara variabel bebas dan terikat tidak memiliki hubungan.

Tabel Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-16.861	5.183		-3.253	.002
	Life Style	.571	.069	.316	8.284	.000
	Kualitas Produk	.668	.030	.858	22.468	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
--

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

- 1) Pengaruh *Life Style* terhadap keputusan pembelian dari data yang tercantum dalam tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa variabel *Life Style* memiliki signifikansi $<0,05$ yaitu $0,00$ dan t hitung $>$ dari t tabel yaitu $8.284 > 1.985$, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Life Style* secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, artinya H_0 ditolak dan H_{a1} diterima. Variabel *Life Style* memiliki nilai t hitung sebesar 8.284 dengan signifikansi $0,00$ berarti menunjukkan bahwa variabel *Life Style* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
- 2) Berdasarkan data pada Tabel 4.9, pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,00$ (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$) dan nilai t hitung 22.468 yang melebihi t tabel $1,985$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan temuan ini, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a2}) dinyatakan diterima.

Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan guna membandingkan nilai F hitung terhadap nilai F tabel. Jika nilai F hitung melebihi nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan H_{a3} dinyatakan diterima.

Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	2661.776	2	1330.888	297.400	.000 ^b
	Residual	416.182	93	4.475		
	Total	3077.958	95			

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Berdasarkan hasil analisis data yang tersaji dalam tabel, diperoleh nilai F hitung sebesar $297,400$. Nilai ini secara signifikan melebihi nilai F tabel sebesar $3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000$ (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a3}) diterima. artinya bahwa terdapat pengaruh simultan yang signifikan secara statistik dari variabel *Life Style* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien (R^2) berperan untuk mengenali sebesar apa persentase dari hasil variabel bebas kepada variabel terbatas. Koefisien ini memiliki nilai berkisaran nol hingga satu. Kemampuan variabel bebas untuk menyediakan seluruh informasi yang diperlukan demi memperoleh variasi variabel dependen yang ditunjukkan dengan nilai R^2 yang rendah.

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 ^a	.865	.862	2.115
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Life Style				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Merujuk pada hasil analisis data yang disajikan dalam tabel di atas, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,862. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel *Life Style* (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) secara simultan memberikan kontribusi sebesar 86,2% terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Nilai tersebut menunjukkan bahwa model ini memiliki daya prediksi yang sangat kuat dan relevan. Ini mengindikasikan bahwa variabel *life style* dan kualitas produk merupakan faktor dominan dalam menjelaskan keputusan pembelian, dan model ini sudah cukup komprehensif untuk konteks penelitian ini, sedangkan sisanya, yaitu 13,8%, itu dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t yang menguji hubungan antara variabel *Life style*, Kualitas terhadap keputusan pembelian pakaian Toko Flamingo Outfit, maka ditemukan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pengaruh *Life style* terhadap keputusan pembelian dengan Hasil pengujian hipotesis dengan uji-t menunjukkan bahwa variabel *life style* memiliki nilai signifikansi 0,00 ($< \alpha = 0,05$) serta nilai t-hitung (8,284) yang melebihi t-tabel (1,985). Hal ini mengindikasikan bahwa variabel Gaya Hidup secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima. Nilai t-hitung sebesar 8,284 dengan tingkat signifikansi 0,000 semakin memperkuat bahwa *life style*

memiliki dampak yang signifikan secara statistik dalam memengaruhi Keputusan Pembelian.

Untuk kualitas produk Hasil pengujian hipotesis dengan uji-t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikansi 0,00 ($\alpha = 0,05$) dan nilai t-hitung 22,468 yang melebihi t-tabel 1,985. Hal ini mengindikasikan bahwa Kualitas Produk secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a2) diterima. Nilai t-hitung sebesar 22,468 dengan tingkat signifikansi 0,000 membuktikan bahwa Kualitas Produk memiliki dampak yang signifikan secara statistik dalam memengaruhi Keputusan Pembelian.

Untuk menguji keduanya apakah memiliki pengaruh secara parsial dilakukan uji f dengan hasil Dalam menguji variabel *Life Style* dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* pada toko Flamingo Outfit penulis menggunakan Uji F (simultan) yang dimana pada hasil uji F tersebut menunjukkan bahwa: "nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $297.400 > 3.09$ dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya H_03 ditolak dan H_a3 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Life Style* dan Kualitas Peroduk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada toko Flamingo Outfit."

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *life style* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* di Toko Flamingo Outfit, di mana gaya hidup mencerminkan identitas, tren, dan preferensi konsumen, sedangkan kualitas produk menjadi jaminan kenyamanan, ketahanan, serta nilai guna dari pakaian yang dipilih. Hal ini selaras dengan ajaran Taittiriya Upanisad 1.11.2 "*Satyam vada, dharmam chara, svādhyāyān mā pramadah*" yang menekankan pentingnya kejujuran, etika, dan pengembangan diri berkelanjutan, sehingga dalam konteks bisnis *thrift*, Flamingo Outfit tidak hanya dituntut menyediakan produk yang bersih, asli, dan layak pakai, tetapi juga menjaga integritas usaha dengan membangun kepercayaan konsumen melalui kualitas dan pelayanan. Dengan demikian, interaksi antara gaya hidup konsumen yang ingin tampil sesuai tren dan kualitas produk yang terjamin menciptakan keputusan pembelian yang berkelanjutan serta loyalitas pelanggan terhadap Toko Flamingo Outfit

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik, penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang signifikan, baik secara parsial maupun simultan, dari variabel *life style* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian *thrifting* di Toko Flamingo Outfit. Secara parsial, variabel *life style* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,000 ($< \alpha = 0,05$) dan nilai t-hitung (8,284) yang lebih besar dari t-tabel (1,985). Dengan demikian, hipotesis nol (H01) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha1) diterima. Demikian pula, variabel kualitas produk juga memberikan pengaruh parsial yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan t-hitung 22,468 yang jauh melampaui t-tabel. Temuan ini menyebabkan penolakan terhadap H02 dan penerimaan terhadap Ha2. Selanjutnya, hasil uji F mengungkapkan bahwa secara simultan, *life style* dan kualitas produk bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian. Nilai F-hitung sebesar 297,400 yang lebih tinggi dari F-tabel (3,09) serta tingkat signifikansi 0,000 ($< \alpha = 0,05$) mengonfirmasi adanya penolakan H03 dan penerimaan Ha3. Temuan ini membuktikan bahwa secara bersama-sama, variabel Life Style dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pakaian *thrifting* pada Toko Flamingo Outfit

Daftar Pustaka

- Dewi, A. R. K., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh gaya hidup, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di thrift shop not bad secondhand. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(2), 1-14.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Pratama, P. A. A. (2024). *Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di Thrift Store Deerwave Abianbase Badung Bali* (Skripsi, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy Di Kota Tangerang. *STIE Indonesia Banking School*, 2, 1070-1079.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta
- Syofian Siregar. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Bumi Aksara.

- Simanjuntak Surya (2025 10 Januari) Daya Beli Masyarakat Menurun di Sektor Pakaian Thrift. *Ekonomi.Bisnis.com*
- Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2015). Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1096-1105.
- Utama, M. (2016). *Aplikasi Analisis Kuantitatif Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. CV Sastra Utama
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *EKONOMETRIKA: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jember: Mandala Press.
- Zahrotul Ulya, Nanda Adhi Purusa, Ariati Anomsari, A. L. H. (2024). Pengaruh harga, Gaya hidup ,Kualitas dan promosi Terhadap keputusan pembelian produk fashion di Ecommercezalora. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3), 494-512