



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI *THRIFT SHOP* (PAKAIAN BEKAS) *BRANDED*
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS SEBAGAI
KONSUMEN *THRIFT SHOP*)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

ROHADATUL AYS SALSABILA

202011298

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2025



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI THRIFT SHOP (PAKAIAN BEKAS) *BRANDED*
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS SEBAGAI
KONSUMEN *THRIFT SHOP*)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat Untuk menyelesaikan jenjang
Pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh :

ROHADATUL AYS SALSABILA

202011298

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2025

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI *THRIFT SHOP* (PAKAIAN BEKAS) *BRANDED*
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS SEBAGAI
KONSUMEN *THRIFT SHOP*)**

Nama : Rohadatul Ays Salsabila
NIM : 202011298
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Pembimbing I



(Drs. H. M. Masruri, M.M)
NIDK. 8922860023

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP®)
NIDN. 0603067701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI *THRIFT SHOP* (PAKAIAN BEKAS) *BRANDED*
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS SEBAGAI
KONSUMEN *THRIFT SHOP*)**

Nama : Rohadatul Ays Salsabila
Nim : 202011298
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(**Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.**)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(**Drs. H. M. Masruri, M.M.**)
NIDK. 8922860023

Mengetahui,



(**Dr. Kertan Sumekar, S.E., M.M.**)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(**Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP®**)
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Tetaplah jadi baik meski orang tidak baik padamu, Sesungguhnya Allah
menyukainya

(QS ALBaqarah:195)

Terbiasalah pada setiap hal yang tiba-tiba berubah, sebab segala sesuatu tidak
bertahan selamanya

(Penulis)

Teruslah berani dunia menunggu keajaibanmu

Persembahan:

Kedua orang tua saya tercinta, dan kedua adik
saya yang selalu mendoakan, mendukung dan
membantu saya dalam setiap langkah saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan yang berjudul “ Pengaruh pada *brand image*, *price* dan *product quality* terhadap minat beli *thrift shop* (pakaian bekas) *branded* (studi pada mahasiswa universitas muria kudus sebagai konsumen *thrift shop*)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi tidak akan selesai tanpa adanya bimbingan, dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak. Maka, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

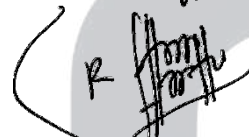
1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Drs. H. M. Masruri, M.M selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu, bimbingan, perhatian selama menyelesaikan skripsi.
5. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, bimbingan, perhatian selama menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan saya dengan penuh sabar dan rasa sayang serta selalu memberikan support, kebahagiaan dan semangat untuk saya dalam menyelesaikan skripsi.

8. Kedua Adik saya, yang selalu memberikan keceriaan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan.
10. Penulis yang selalu semangat dan tidak pernah putus asa.

Dalam penulisan skripsi, penulis berusaha dengan maksimal dengan kerendahan hati penulis jika masih terdapat kekurangan, maka kritik dan saran bersifat membangun dari pembaca sangat penulis harapkan untuk menyempurnakan skripsi ini kedepannya. Demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 2025

Penulis,



Rohadatul Ays Salsabila
202011298

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI *THRIFT SHOP* (PAKAIAN BEKAS) *BRANDED*
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS SEBAGAI
KONSUMEN *THRIFT SHOP*)**

ROHADATUL AYS SALSABILA

2020-11-298

Pembimbing : 1. Drs. H. M. Masruri, M.M.
2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *brand image*, *price* dan *product quality* terhadap minat beli. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pengumpulan data berupa kuisioner yang kemudian dianalisis menggunakan Software IBM SPSS Versi 26. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus angkatan 2020 yang pernah membeli *Thrift Shop*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, dan uji-t, uji-f serta determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* memperoleh hasil $t_{hitung} 3,961 > 1,985$ dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$, variabel *price* memperoleh hasil $t_{hitung} 2,926 > 1,985$ dengan nilai signifikansinya $0,004 < 0,05$, dan variabel *product quality* memperoleh hasil $t_{hitung} 0,885 < 1,985$ dengan signifikansinya $0,375 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *brand image*, *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sedangkan *product quality* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Price*, *Product Quality*, Minat Beli

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PRODUCT QUALITY
ON PURCHASE INTENTION IN BUYING BRANDED THRIFT SHOP
(USED CLOTHES) BRANDED (STUDY OF MURIA KUDUS UNIVERSITY
STUDENTS AS THRIFT SHOP CONSUMERS)***

ROHADATUL AYS SALSABILA
2020-11-298

Advisor : 1. Drs. H. M. Masruri, M.M.
2. Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP.

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS
***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM***

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, price, and product quality on purchase intention. A quantitative research method was used, with a questionnaire as the data collection tool, and the data were analyzed using IBM SPSS Version 26 software. The sample consisted of 100 respondents, students from the 2020 cohort of Universitas Muria Kudus, who have made purchases from a Thrift Shop. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The data analysis techniques included research instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-tests, f-tests, and determination (R^2). The results of the study show that the brand image variable had a t-value of $3.961 > 1.985$ with a significance value of $0.000 < 0.05$, the price variable had a t-value of $2.926 > 1.985$ with a significance value of $0.004 < 0.05$, and the product quality variable had a t-value of $0.885 < 1.985$ with a significance value of $0.375 > 0.05$. Thus, it can be concluded that the brand image and price variables have a positive and significant effect on purchase intention, while product quality does not have a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

	HAL
HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Theory Customer Value</i>	12
2.1.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	13
2.1.3 <i>Price</i> (Harga)	17
2.1.4 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	20
2.1.5 Minat Beli	22
2.2 Pengaruh Antar Variabel	24
2.2.1 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) Terhadap Minat Beli	24
2.2.2 <i>Price</i> (Harga) Terhadap Minat Beli	24
2.2.3 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk) Terhadap Minat Beli	25
2.2.4 Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	25
2.3 Penelitian Terdahulu.....	26
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Rancangan Penelitian	32
3.2 Variabel Penelitian	32
3.2.1 Jenis Variabel	32
3.3 Definisi Operasional Variabel	33
3.3.1 <i>Brand Image</i> (Citra merek).....	33
3.3.2 <i>Price</i> (Harga)	34
3.3.3 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	35
3.3.4 Minat Beli	36
3.4 Jenis dan Sumber Data	37

3.4.1 Jenis Data.....	37
3.4.2 Sumber Data	37
3.5 Populasi dan Sampel	37
3.5.1 Populasi.....	37
3.5.2 Sampel	38
3.5.3 Teknik Sampling	39
3.6 Pengumpulan Data	39
3.6.1 Kueisioner.....	40
3.7 Uji Instrumen Penelitian	40
3.7.1 Uji Validitas	40
3.7.2 Uji Reliabilitas	41
3.8 Pengeolahan Data.....	41
3.8.1 <i>Editing</i>	41
3.8.2 <i>Coding</i>	41
3.8.3 Tabulasi	42
3.9 Analisis Data	42
3.9.1 Uji Statistik Deskriptif.....	42
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.9.4 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.1.1 Profil Obyek Penelitian.....	47
4.2 Penyajian Data	47
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	47
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	49
4.3 Uji Instrumen Data	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabelitas	54
4.3.3 Uji Statistik Deskriptif.....	54
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.3.5 Uji Hipotesis	61
4.4 Pembahasan.....	65
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	65
4.4.2 Pengaruh <i>Price</i> terhadap Minat Beli.....	66
4.4.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Minat Beli.....	67
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image, Price, Product Quality</i> terhadap Minat Beli ..	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

	HAL
Tabel 1.1 Besaran Impor Thrifting Per Tahun.....	4
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Muria Kudus Angkatan 2020.....	38
Tabel 4.1 Data Berdasarkan Jurusan	48
Tabel 4.2 Data Berdasarkan Pembelian	48
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Price</i>	50
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i>	51
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Minat Beli	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabelitas	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolineritas.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.14 Hasil Uji T	62
Tabel 4.15 Hasil Uji F	63
Tabel 4.16 Hasil Uji R^2	64

DAFTAR GAMBAR

HAL

Gambar 1.1 Tren Impor pakaian Bekas Terbanyak di China	2
Gambar 1.2 Peningkatan Nilai Impor Pakaian Bekas	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
Gambar 4.1 Scatterplot.....	59

