

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *THRIFTING* DI PASAR MELATI KOTA MEDAN

Angelica Marito Sitanggang¹ Misa Renata Ginting²

Program Studi Manajemen

Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia

Abstrak

Keputusan pembelian konsumen terhadap produk thrifting dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain harga, kualitas, tren, dan ketersediaan produk. Konsumen cenderung memilih produk thrifting karena menawarkan harga yang lebih ekonomis serta keunikan barang yang tidak dijumpai pada produk hasil produksi massal. Seiring dengan meningkatnya minat terhadap thrifting, kompetisi antar pelaku usaha di sektor ini pun kian intens. Untuk menghadapi persaingan tersebut, pelaku usaha mengadopsi berbagai strategi pemasaran, terutama melalui platform media sosial dan marketplace daring. Strategi utama yang diterapkan mencakup diferensiasi produk, penetapan harga yang kompetitif, serta penyediaan layanan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh individu yang melakukan pembelian produk thrifting di Pasar Melati, Kota Medan. Namun, karena jumlah pastinya tidak dapat diketahui atau bersifat bias, maka digunakan rumus Lemeshow sebagai pendekatan untuk menentukan jumlah sampel secara tepat dalam kondisi populasi yang tidak teridentifikasi secara pasti. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, di mana responden dipilih secara tidak sengaja berdasarkan ketersediaan dan kesediaan mereka untuk terlibat dalam penelitian. Jumlah responden yang terlibat adalah sebanyak 96 orang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk thrifting di Pasar Melati. Selain itu, kualitas produk juga terbukti memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk thrifting di lokasi yang sama. Citra merek menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut harga, kualitas produk, dan citra merek berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk thrifting di Pasar Melati, Kota Medan.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Merek, Keputusan Pembelian