

**PENGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, *WORD OF MOUTH* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN *THRIFT* DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh :

NAMA : KHARISMA PUTRI MAHARANI

NIM : 21415495

PRODI : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**PENGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, *WORD OF MOUTH* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN *THRIFT* DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh :

NAMA : KHARISMA PUTRI MAHARANI

NIM : 21415495

PRODI : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Hedonic Lifestyle*, *Word of Mouth* dan
Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian
Pakaian *Thrift* di Ponorogo

Nama : Kharisma Putri Maharani

NIM : 21415495

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 8 April 2003

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan
guna memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

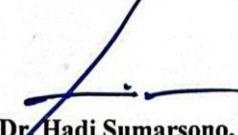
Ponorogo, 03 Juni 2025

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom.

NUPTK. 0857752653130142


Dr. Hadi Sumarsono, M.Si.

NUPTK. 3840754655130122


Mengetahui
Dr. Shantje Santoso, S.E., M.Si.
NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji :


Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom.

NUPTK. 0857752653130142


Dr. Riawan, S.Pd., M.M.

NUPTK. 537763664131113


Dr. Diana Pramudya Wardhani, S.E., M.M.

NUPTK. 0741761662230202

ABSTRAK

Judul : “ PEGARUH *HEDONIC LIFESTYLE*, *WORD OF MOUTH (WOM)*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN *THRIFT* DI PONOROGO” ; Kharisma Putri Maharani, 21415495, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pembimbing I : Dr. Heri Wijayanto.,S.T.,M.M.,M.Kom.

Pembimbing II : Dr. Hadi Sumarsono, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Hedonic Lifestyle*, *Word of Mouth (WoM)*, dan *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* di Ponorogo, Kharisma Putri Maharani, Dr.Heri Wijayanto.,S.T.,M.M.,M.Kom, Dr. Hadi Sumarsono, M.Si. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan populasi target berupa masyarakat Ponorogo yang sudah pernah melakukan pembelian pakaian *thrift*. Sample penelitian ini berjumlah 98 sample, dipilih dengan metode *Accidental sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen pakaian *thrift* di Ponorogo. Kemudian data diolah menggunakan SPSS . Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hedonic lifestyle* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* sedangkan, *word of mouth* dan *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift*. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemilik usaha *thrift* dan peneliti selanjutnya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif .

Kata kunci: *Hedonic Lifestyle*, *Word of Mouth*, *Brand Awareness*, Keputusan pembelian, Pakaian *thrift*.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **"PENGARUH *HEDONIC LIFETYLE, WORD OF MOUTH* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN *THRIFT* DI PONOROGO"** dengan lancar.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tidaklah lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Slamet Santoso, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Dr. Heri Wijayanto, S.T, M.M, M. Kom., selaku pembimbing I yang telah memberikan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Hadi Sumarsono, M. Si., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.

Demikian, semoga skripsi ini memberikan manfaat sebagai referensi maupun bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan. Penulis menyadari skripsi ini tidaklah sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Ponorogo, 9 Januari 2025

Penulis



Kharisma Putri Maharani

NIM. 21415495

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 9 Januari 2025



Kharisma Maharani Putri

NIM. 21415495



PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar yang paling berarti dan paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang yang telah saya lalui untuk dapat menyelesaikan skripsi ini demi mendapatkan gelar yang sudah saya impikan dari lama. Rasa syukur dan bahagia yang saya rasakan ini akan saya persembahkan juga kepada orang-orang yang sangat berarti dalam proses perjalanan saya, karena berkat doa dan dukungan dari mereka saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis Papa Dedi Tri Prasetyo dan Mama Tri Juwarti, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan yang setinggi-tingginya meskipun mereka berdua sendiri tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan. Kepada papa saya, terimakasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu untuk bisa sampai kepada tahap ini, demi anakmu dapat mengenyam pendidikan sampai ke tingkat ini, dan terimakasih telah menjadi contoh untuk menjadi seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap keluarga. Untuk mama saya, terimakasih atas segala motivasi, pesan, doa dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah anakmu untuk menjadi seseorang yang berpendidikan, terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan dan kesabaran yang tanpa batas yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya, terimakasih

telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi. Terakhir, terima kasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya.

2. Bapak Heri Wijayanto,S.T.,M.M.,M.Kom selaku Dosen Pembimbing I yang tidak pernah lelah memberi dukungan, arahan, serta bimbingan penuh sehingga penulis bias terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Hadi Sumarsono,M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini
4. Sahabat-sahabat penulis Syamtya Maharika Laurensya, Cindy Alfiana Dwi Anto, Bella Junika, Winda Kusumane Ayu, Steffani Lucia, Annastasya Nur dan Zahrotu Diniah yang sudah menemani dan kebersamai saya berproses dan memberikan energy positif untuk saya.
5. Teman seperjuangan Angkatan 2021 Manajemen C, terima kasih sudah kebersamai penulis berproses dalam menghadapi dunia perkuliahan ini.
6. Dan terakhir diri sendiri, Kharisma Putri Maharani. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih sudah kuat sampai akhir, terimakasih sudah yakin kalau kamu mampu menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar yang sudah diusahakan selama ini. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada risma. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

MOTTO

“Life can be heavy, especially if u try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release. What I mean by that is, knowing what things to keep, and what things to release. You can’t carry all things. Decide what is yours to hold and let the rest go”

(Taylor Swift)



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	v
KODE ETIK PENELITIAN	vi
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II Tinjauan Pustaka	8
2.1 Landasan Teori	8
1. Manajemen	8
2. Manajemen Bisnis Digital	10
3. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behaviour</i>)	12
a. Pengertian.....	12
b. Dimensi Theory Planned Behavior	13
4. Perilaku Konsumen	16
5. Keputusan Pembelian.....	21
6. Hedonic Lifestyle	26
7. Word of Mouth.....	30
8. Brand Awareness.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	34

2.4	Hipotesis	34
BAB III Metode Penelitian		40
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	40
3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	40
1.	Populasi	40
2.	Sampel	41
3.3	Metode Pengambilan Data	42
1.	Data Primer	42
2.	Data Sekunder	42
3.4	Definisi Operasional Variabel	43
3.5	Metode Analisis Data	46
1.	Uji Instrumen.....	46
2.	Analisis Regresi Linier Berganda	48
3.	Uji Determinasi	49
4.	Uji Hipotesis.....	49
BAB IV Hasil Dan Pembahasan		51
4.1	Hasil Penelitian.....	51
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.1.2	Deskripsi identitas Responden	52
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.2	Pembahasan	69
4.2.1	Pengaruh <i>Hedonic Lifestyle</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.2.2	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.2.3	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	72
BAB V Kesimpulan Dan Saran		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN		82

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3 Kategori Skor pada Skala Likert.....	45
Tabel 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 5 Identitas Responden Berdasarkan usia	53
Tabel 6 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan.....	54
Tabel 7 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Hedonic Lifestyle (X1).....	56
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Word Of Mouth (X2).....	58
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Awareness (X3)	59
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)..	60
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Instrumen	62
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 14 Hasil Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 16 Hasil Uji T.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Theory Planned Behavior	16
Gambar 2 Skema Kerangka Penelitian	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	82
Lampiran 2 Frekuensi Data Responden	87
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	89
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas.....	93
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	95
Lampiran 6 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	95
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis (Uji T Parsial)	95
Lampiran 8 R tabel dan T tabel.....	96
Lampiran 9 Distribusi Data Nilai Kuisisioner	99
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	103
Lampiran 11 Dokumentasi.....	104
Lampiran 12 Berita Acara.....	105

