

## RINGKASAN

Penelitian ini merupakan survei individu yang telah melakukan pembelian pakaian bekas (*thrift*). Penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh Produk Autentik, Kelangkaan Produk, Spekulasi Pertambahan Nilai, Risiko Cacat Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Bekas (Studi pada Konsumen *Thrift Shop*)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk autentik, kelangkaan produk, spekulasi pertambahan nilai, risiko cacat produk, dan citra merek memengaruhi keputusan pembelian. Responden dalam penelitian ini adalah individu yang telah melakukan pembelian pakaian bekas dengan jumlah sampel 110 responden. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dan menggunakan metode *convenience sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) menunjukkan bahwa: (1) Produk autentik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk pakaian bekas. (2) Kelangkaan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk pakaian bekas. (3) Spekulasi pertambahan nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk pakaian bekas. (4) Risiko cacat produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk pakaian bekas. (5) Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk pakaian bekas.

Implikasi dari penelitian ini adalah bagi toko yang menjual pakaian bekas, baik itu secara *online* atau *offline* agar tetap menjaga kualitas produk yang dijualnya, harus dapat berlaku jujur, dan harus transparan mengenai barang yang dijualnya. Penjual sebaiknya menjelaskan dengan detail mengenai kualitas barang yang diperjual belikan dengan pembelinya yang nantinya pembeli dapat mempertimbangkan untung dan ruginya sebelumnya karena mendapatkan informasi mengenai objek jual beli merupakan hak konsumen dan menjadi kewajiban dari seorang pedagang. Pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel independen yang diharapkan lebih mengembangkan konseptual dan pemodelan pada objek-objek kajian penelitian yang lebih luas tentang keputusan pembelian khususnya pada produk pakaian bekas (*thrift*).

**Kata Kunci** : Keputusan Pembelian, Produk Autentik, Kelangkaan Produk, Spekulasi Pertambahan Nilai, Risiko Cacat Produk, dan Citra Merek.

## **SUMMARY**

*This research is a survey of individuals who have purchased used clothes (thrift). This research takes the title: "The Influence of Authentic Products, Product Scarcity, Speculation of Added Value, Risk of Product Defects, and Brand Image on Purchase Decisions of Used Clothing Products (Thrift)".*

*This study aims to determine the effect of authentic products, product scarcity, estimated value, risk of product defects, and brand image on purchasing decisions. Respondents in this study were individuals who had purchased clothing with a sample of 110 respondents. This research method uses quantitative research with non-probability sampling technique and uses convenience sampling method.*

*Based on the results of research and data analysis using SPSS (Statistical Product and Service Solution) shown that: (1) Authentic products have no significant effect on consumer purchasing decisions for used clothing products. (2) Product scarcity has no significant effect on consumer purchasing decisions for used clothing products. (3) Value-added speculation has a positive and significant impact on consumer purchasing decisions for used clothing products. (4) The risk of product defects has no significant effect on consumer purchasing decisions for used clothing products. (5) Brand image has no effect on consumer purchasing decisions for used clothing products.*

*The implication of this research is for stores that sell used clothing, either online or offline, to maintain the quality of the products they sell, must be honest, and be transparent about the goods they sell. The seller should explain in detail the quality of the goods being traded with the buyer so that later the buyer can consider the advantages and disadvantages beforehand because getting information about the object of buying and selling is the right of the consumer and the obligation of a trader. In further research, independent variables can be added which are expected to further develop conceptually and modeling on the objects of broader research studies regarding purchasing decisions, especially on used clothing products (thrift).*

**Keywords:** *Purchase Decision, Authentic Products, Product Scarcity, Value Added Speculation, Product Defect Risk, and Brand Image.*