

**PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THRIFT
*DANDELION WAREHOUSE***

RINGKASAN SKRIPSI



DESTRIANA PUTRI

NIM : 2122109

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS
PALEMBANG**

2025

PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THRIFT *DANDELION* WAREHOUSE

Destriana Putri

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi

Universitas Katolik Musi Charitas

Jl. Bangau No.60 Palembang

E-mail: destrianaptri@gmail.com

ABSTRAKSI

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 113 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji F, koefisien determinasi, uji t, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *green product* dan *lifestyle* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian thrift.

Kata Kunci: *green product, lifestyle, keputusan pembelian, Dandelion Warehouse*

ABSTRACT

The sampling technique in this study used purposive sampling with a sample size of 113 respondents. The analysis techniques used were validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, F test, coefficient of determination, t test, and multiple linear regression analysis. The results showed that the green product and lifestyle variables have a positive and significant influence on thrift purchasing decisions

Keywords: *green product, lifestyle, purchase decision, Dandelion Warehouse*

PENDAHULUAN

Fashion merupakan suatu konsep dengan mencerminkan berbagai hal seperti gaya serta penampilan, Namun, *Fashion* bukan sekadar kebutuhan sehari-hari, tetapi juga cara seseorang mengekspresikan diri. Melalui *fashion*, seseorang bisa menunjukkan kepribadian, gaya hidup, atau bahkan status sosialnya di masyarakat. Akibat ramainya bisnis *thrifting*, Akhirnya bisnis *thrifting* dilarang oleh pemerintah karena dinilai mampu mengancam keberlangsungan Sektor tekstil lokal. Aturan ini dikeluarkan sebagai bagian dari upaya perlindungan terhadap industri dalam negeri, khususnya industri tekstil yang merupakan salah satu sektor strategis dalam aktivitas ekonomi Domestik.

Menurut Kasali (2015:9) *Green product* merupakan produk ramah lingkungan dan tidak membahayakan bagi manusia, lingkungan, hemat sumber daya, tidak menimbulkan limbah secara berlebih. Konsumen membeli produk sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut Laksono dan Iskandar (2018:157) *LifeStyle* merupakan cara Individu mengekspresikan permasalahan yang terjadi di pemikiran individu sering kali terhubung dengan berbagai aspek, termasuk faktor psikologis dan emosional, serta dapat tercermin melalui ketertarikan pribadi dan penilaian terhadap suatu objek tertentu. Menurut Tjiptono (2020:22) Keputusan pembelian adalah komponen dari perilaku konsumen yang mencakup tindakan nyata memperoleh dan memilih produk atau jasa, termasuk serangkaian proses pengambilan keputusan terjadi sebelum dan sesudah tindakan pembelian dilakukan.

PERMASALAHAN

Berlandaskan Dasar Pemikiran yang telah dipaparkan, sehingga adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Green Product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *thrift* Dandelion Warehouse?
2. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *thrift* Dandelion Warehouse?

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Teori utama yang menghubungkan variabel dalam penelitian ini yaitu *Green Product* dan *LifeStyle* dengan Keputusan Pembelian adalah *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Sheppard et al., 1988) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Abu-Taieh et al., 2022; Huang, 2023). TRA yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), menekankan bagaimana sikap individu dan norma sosial membentuk niat, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku individu (Hill et al., 1977). Melalui pendekatan TPB, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana kesadaran lingkungan dan pola hidup konsumen secara bersama-sama membentuk perilaku pembelian.

Green Product

Berdasarkan pendapat Kasali (2015:9) *Green product* merupakan produk ramah lingkungan dan tidak membahayakan bagi manusia, lingkungan, hemat sumber daya, tidak menimbulkan limbah secara berlebih. Konsumen membeli produk sesuai dengan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Lifestyle

Berdasarkan pendapat Laksono dan Iskandar (2018:157) *LifeStyle* merupakan cara Individu mengekspresikan permasalahan yang terjadi di pemikiran individu sering kali terhubung dengan berbagai aspek, termasuk faktor psikologis dan emosional, serta dapat tercermin melalui ketertarikan pribadi dan penilaian terhadap suatu objek tertentu.

Keputusan Pembelian

Berdasarkan Pendapat Tjiptono (2020:22) Keputusan pembelian adalah komponen dari perilaku konsumen yang mencakup tindakan nyata memperoleh dan memilih produk atau jasa, termasuk serangkaian proses pengambilan keputusan terjadi sebelum dan sesudah tindakan pembelian dilakukan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse

Green Product merupakan suatu hal penting karena dapat mengurangi limbah, *Green Product* berpotensi meningkatkan ketertarikan konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan. Menurut riset yang dilaksanakan oleh Hikmatunnisa et al.(2020) hasil riset mengungkapkan bahwa adanya pengaruh signifikan pada *Green Product* terhadap Keputusan Pembelian. Maka dari itu, jika konsumen cenderung menyukai *Green Product*, maka konsumen cenderung melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan penjelasan penelitian yang dipaparkan diatas, peneliti berminat untuk mengembangkan hipotesis dalam meneliti riset ini, sebagai berikut :

H1 : Green Product berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse.

Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse

Dalam upaya mendorong peningkatan penjualan harus memperhatikan *Lifestyle*, Perkembangan jaman terus mengalami perubahan itu juga akan menyebabkan adanya perubahan *Lifestyle* konsumen. Bagi konsumen *Lifestyle* merupakan hal yang penting dalam memilih produk, *Lifestyle* menjadi penentu terhadap produk atau jasa yang akan dipakai oleh calon konsumen. Menurut riset yang dilakukan Dahmiri et al.(2020) hasil riset mengatakan bahwa adanya dampak positif antara *Lifestyle* terhadap Keputusan Pembelian, Artinya Konsumen berencana melakukan keputusan pembelian jika produk cenderung sesuai terhadap gaya hidup mereka. Berdasarkan penjelasan penelitian yang dipaparkan diatas, peneliti berminat untuk mengembangkan hipotesis dalam meneliti riset ini, sebagai berikut :

H2 : Lifestyle berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis riset yang diterapkan dalam riset tersebut merupakan penelitian survei. Metode penelitian survei termasuk ke dalam pendekatan penelitian yang menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021:130) Populasi merupakan Daerah yang terdiri atas objek atau subjek memiliki karakteristik tertentu dan telah dipilih peneliti sebagai bahan kajian lalu diambil kesimpulan. Populasi pada riset tersebut yaitu Konsumen yang pernah membeli pakaian *thrift* Dandelion Warehouse.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2021:131) Sampel merupakan sebagian dari karakteristik yang dimiliki populasi. Ukuran sampel yang sesuai dalam riset sekitar 30 hingga 500 responden. besar sampel yang dihitung menerapkan rumus. Jadi total sampel yang diambil sebanyak 113 responden

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel memakai *purposive sampling*.

Jenis Data Penelitian

Data riset tersebut menerapkan Data Primer melalui penyebaran angket. Skala pengukuran untuk mengukur penelitian tersebut menggunakan skala likert.

Variabel Green Product (X1)

Menurut Kasali (2015:9) Green product merupakan produk ramah lingkungan dan tidak membahayakan bagi manusia, lingkungan, hemat sumber daya, tidak menimbulkan limbah secara berlebih.

Variabel Lifestyle (X2)

Menurut Laksono dan Iskandar (2018:157) *Lifestyle* merupakan cara Individu mengekspresikan permasalahan yang terjadi di pemikiran individu sering

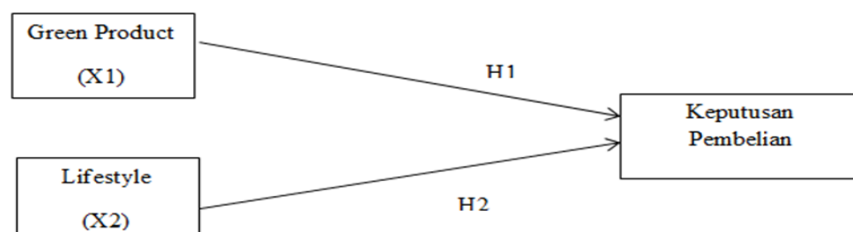
kali terhubung dengan berbagai aspek, termasuk faktor psikologis dan emosional, serta dapat tercermin melalui ketertarikan pribadi dan penilaian terhadap suatu objek tertentu.

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan pendapat Tjiptono (2020:22) Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang tercermin melalui aktivitas langsung untuk mendapatkan dan memilih produk maupun jasa, serta mencakup proses penentuan keputusan yang terjadi sebelum hingga sesudah aktivitas pembelian dilaksanakan.

Gambar 1 Model Penelitian

Model Penelitian



Teknik Analisis Data Uji Validitas

Ghozali (2021:66) mengatakan bahwa Validitas merupakan proses pengukuran yang memperlihatkan instrumen riset yang dapat dinyatakan valid atau memenuhi syarat untuk diterapkan dengan ketentuan data berdistribusi normal jika signifikansi $> 0,05$ dan data tidak berdistribusi normal, jika signifikansi $< 0,05$.

Teknik Analisis Data Uji Reliabilitas

Berdasarkan pendapat Ghozali (2021:61) Reliabilitas adalah ketepatan suatu alat ukur angket yang termasuk indikator dari variabel. Angket dapat dinyatakan reliable apabila tanggapan responden selalu konsisten. Variabel dinyatakan reliabel jika Cronbach Alpha $> 0,6$. Di sisi lain, variabel dinyatakan tidak reliabel jika Cronbach Alpha $< 0,6$.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berdasarkan Pendapat Ghozali (2021:96) Uji Normalitas dipergunakan sebagai penentuan dalam model regresi, residual atau variabel pengganggu berdistribusi secara normal. dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka dianggap tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolineritas

Ghozali (2021: 157) Uji Multikolineritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Suatu model regresi yang bebas multikolineritas adalah yang mempunyai nilai $VIF < 10$ dan angka tolerance $> 0,1$. Jika nilai $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,1$, maka terjadi gejala multikolineritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Bila $Sig > 0,05$ diartikan tidak terdapat heteroskedastisitas. Bila $Sig \leq 0,05$ diartikan terdapat heteroskedastisitas.

Analisis Regresi linear berganda

Uji tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Jadi persamaan regresinya dapat diuraikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = constant

b1 = coefficient regresi pertama

X1 = *Green Product*

b2 = coefficient regresi kedua

X2 = *Lifestyle*

e = standard error

Uji t

Menurut Ghazali (2021:148) Uji tersebut menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Uji F

Menurut Ghazali (2021:148) Uji tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ artinya model penelitian layak digunakan dan jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya model penelitian tidak layak digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Menurut Ghazali (2021:147) Uji tersebut bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai Adjusted R² berkisar 0 hingga 1. Bila nilai R² rendah, diartikan kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel Y sangatlah terbatas. Di sisi lain, bila nilai R² mendekati 1, diartikan variabel X memberi informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data Penelitian

Tabel 1

Hasil Uji Screening Test

No	Karakteristik	Jawaban	Frekuensi	Persentase
1.	Berusia Minimal 17 tahun	Ya	113	100,0
2.	Follow akun <i>instagram</i> @dandelion.warehouse	Ya	113	100,0
3.	Melakukan pembelian thrift Dandelion Warehouse minimal 2x pembelian dalam 3 bulan terakhir	Ya	113	100,0

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17-22 Tahun	76	67,26%
23-28 Tahun	31	27,43%
29-34 Tahun	4	3,54%
35-40 Tahun	2	1,77%
>40 Tahun	0	0%
Total	113	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Tabel 3**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	28	24,78%
Wanita	85	75,22%
Total	113	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Tabel 4**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa/i	82	72,57%
Karyawan Swasta	19	16,81%
Wiraswasta	7	6,19%
Ibu Rumah Tangga	3	2,65%
Lainnya	2	1,77%
Total	113	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Tabel 5**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	0	0%
SMA	75	66,37%
S1	33	29,20%
Lainnya	5	4,42%
Total	113	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Analisis Deskriptif

Tabel 6
Statistik Deskriptif *Green Product*

Variabel	N	Jawaban Responden					Rata-Rata	Rata-Rata Variabel
		STS	TS	N	S	SS		
<i>Green Product</i> (X1)	GP1	113	2	4	13	65	29	4,02
	GP2	113	2	7	19	40	45	4,06
	GP3	113	2	6	13	53	39	4,08
	GP4	113	4	3	18	56	32	3,97
	GP5	113	3	3	15	42	56	4,18
	GP6	113	2	2	15	53	41	4,15

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 6 bisa dikatakan bahwa sebagian besar responden setuju thrift Dandelion Warehouse tidak memerlukan proses produksi baru.

Tabel 7
Statistik Deskriptif *LifeStyle*

Variabel	N	Jawaban Responden					Rata-Rata	Rata-Rata Variabel
		STS	TS	N	S	SS		
<i>Lifestyle</i> (X2)	LS1	113	6	8	21	57	21	3,70
	LS2	113	2	8	17	55	31	3,93
	LS3	113	0	7	11	49	46	4,19
	LS4	113	1	11	11	47	43	4,07
	LS5	113	4	5	18	52	34	3,95
	LS6	113	4	7	17	36	49	4,06
	LS7	113	2	4	15	66	26	3,98

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 7 bisa dikatakan bahwa sebagian besar responden setuju menghabiskan waktu untuk berburu pakaian thrift Dandelion Warehouse.

Tabel 8
Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian

Variabel	N	Jawaban Responden					Rata- Rata	Rata- Rata Variabel
		STS	TS	N	S	SS		
Keputusan Pembelian (Y)	KP1	113	1	1	14	56	41	4,20
	KP2	113	0	3	14	51	45	4,23
	KP3	113	2	7	24	50	30	3,88
	KP4	113	2	14	24	48	25	3,71
	KP5	113	1	1	14	55	42	4,21
	KP6	113	0	3	20	58	32	4,06
	KP7	113	3	0	8	60	42	4,23
	KP8	113	1	4	21	42	45	4,12

4,08

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 8 bisa dikatakan bahwa sebagian besar responden setuju untuk sulit tertarik dengan toko thrift lain.

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Tabel 9
Uji Validitas *Green Product*

Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
GREEN PRODUCT			
GP1	0,639	0,155	VALID
GP2	0,595	0,155	VALID
GP3	0,601	0,155	VALID
GP4	0,625	0,155	VALID
GP5	0,591	0,155	VALID
GP6	0,595	0,155	VALID

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa semua item pernyataan variabel *Green Product* dinyatakan valid

Tabel 10
Uji Validitas LifeStyle

Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
LIFESTYLE			
LS1	0,620	0,155	VALID
LS2	0,674	0,155	VALID
LS3	0,593	0,155	VALID
LS4	0,607	0,155	VALID
LS5	0,597	0,155	VALID
LS6	0,589	0,155	VALID
LS7	0,585	0,155	VALID

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada tabel 10 menunjukkan bahwa semua item pernyataan variabel *LifeStyle* dinyatakan valid

Tabel 11
Uji Validitas Keputusan Pembelian

Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
KEPUTUSAN PEMBELIAN			
KP1	0,535	0,155	VALID
KP2	0,470	0,155	VALID
KP3	0,647	0,155	VALID
KP4	0,546	0,155	VALID
KP5	0,623	0,155	VALID
KP6	0,385	0,155	VALID
KP7	0,540	0,155	VALID
KP8	0,525	0,155	VALID

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada tabel 11 menunjukkan bahwa semua item pernyataan variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 12
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> Hitung	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Green Product</i>	0,655	0,60	RELIABEL
<i>Lifestyle</i>	0,714	0,60	RELIABEL
Keputusan Pembelian	0,642	0,60	RELIABEL

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* Hitung > *Cronbach's Alpha* yaitu 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 13
Uji Normalitas

Model	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
N	113	NORMAL
<i>Asymp. Sig. (2-Tailed)</i>	0,071	

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Berdasarkan Tabel 13 dapat dilihat nilai *Asymp.Sig* > 0,05. Dapat dikatakan bahwa residual terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 14

Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Green Product</i>	0,649	1,540	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Lifestyle</i>	0,649	1,540	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 14 menunjukkan bahwa tolerance variabel *Green Product* dan *LifeStyle* sebesar 0,649 dan VIF sebesar 1,540.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 15

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Green Product</i>	0,208	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
<i>Lifestyle</i>	0,083	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 15 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *Green Product* dan *lifestyle* $> 0,05$ dapat dikatakan tidak terjadi Heterokedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 16

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Standardized
		Coefficients		Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	<i>Constant</i>	13,573	2,008	
	<i>Green Product</i>	0,267	0,093	0,246
	<i>Lifestyle</i>	0,449	0,076	0,509

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Berdasarkan Tabel 16 diperoleh persamaan regresi linear berganda dari variabel *Green Product* dan *LifeStyle* terhadap Keputusan Pembelian, sebagai berikut:

$$Y = 13,573 + 0,267X_1 + 0,449X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda, dapat ditarik kesimpulan :

1. Konstanta (α) bernilai 13,573. Menunjukkan Variabel *Green Product* dan *LifeStyle* bernilai konstan, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Thrift di Kota Palembang sebesar 13,573.
2. Nilai Koefisien variabel *Green Product* (X_1) bernilai 0,267. Dapat diartikan bahwa Variabel *Green Product* dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Thrift di Kota Palembang.
3. Nilai Koefisien Variabel *LifeStyle* (X_2) bernilai 0,449. Dapat diartikan bahwa Variabel *LifeStyle* dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Thrift di Kota Palembang.

Analisis Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Tabel 17
Hasil Uji t

Variabel	T	Sig.	Keterangan
<i>Green Product</i>	2,854	0,005	Hipotesis Diterima
<i>Lifestyle</i>	5,896	0,001	Hipotesis Diterima

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 17 menunjukkan bahwa output uji t variabel *Green Product* memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yakni $2,854 > 1,981$ dengan nilai signifikansi 0,005. Kemudian pada Variabel *LifeStyle* memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yakni $5,896 > 1,981$ dengan nilai signifikansi 0,001. Dapat dikatakan H1 dan H2 diterima.

b. Uji F

Tabel 18
Hasil Uji F

	Df	F	Sig.
Regression	2	48,405	0,001
Residual	110		
Total	112		

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 18 menunjukkan nilai F hitung $>$ F tabel yakni $48,405 > 3,08$ dengan signifikansi 0,001. Jadi dapat disimpulkan bahwa model penelitian sudah layak.

c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,684	0,468	0,458

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2025

Pada Tabel 4.19 menunjukkan *Adjusted R Square* 0,458 atau 45,8% sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel *Green Product* dan *LifeStyle* menjelaskan Keputusan Pembelian sebesar 45,8%. Sisanya 54,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan Hasil Analisis

1. Pengaruh *Green Product* Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse.

Berdasarkan pengujian yang telah dilaksanakan pada Variabel *Green Product* didapatkan hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 2,854 > t tabel sebesar 1,981 serta memiliki nilai signifikansi 0,005 berarti < 0,05 maka (H1) diterima. Riset tersebut menunjukkan bahwa *Green Product* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse. Hal ini selaras dengan penelitian Widodo (2020) yang menunjukkan bahwa *Green Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Pengaruh *LifeStyle* Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse.

Berdasarkan pengujian yang telah dilaksanakan pada Variabel *LifeStyle* didapatkan hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 5,896 > t tabel sebesar 1,981 serta memiliki nilai signifikansi 0,001 berarti < 0,05 maka (H2) diterima. Hal ini membuktikan bahwa Variabel *LifeStyle* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse. Hal ini selaras dengan penelitian Yudha & Yulianthini (2022) yang menunjukkan bahwa *LifeStyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan output telah diperoleh dapat disimpulkan, antara lain:

Green Product berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse. Indikator yang digunakan untuk menguji *Green Product* terdiri atas *Green Input*, *Green Process*, dan *Green Output* dikemukakan oleh Cakrawati (2019:44). *LifeStyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Thrift Dandelion Warehouse. Indikator yang digunakan untuk menguji *LifeStyle* terdiri atas *Activities*, *Interest*, dan *Opinion* dikemukakan oleh Puranda dan Madiawati (2017:28).

Keterbatasan

Beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat dijadikan sebagai masukan agar lebih diperhatikan lagi bagi peneliti selanjutnya:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas pada *Green Product* dan *LifeStyle* dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga belum mempertimbangkan variabel lain seperti harga, promosi, dan brand image yang juga berpotensi memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen.
2. Pengumpulan data hanya dilakukan melalui kuesioner dengan metode kuantitatif, tanpa didukung oleh pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu toko.

Saran

Beberapa saran yang dapat dijadikan masukan agar lebih diperhatikan peneliti selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, dan *brand image* yang akan mempengaruhi penelitian.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya mengumpulkan data lebih beragam..
3. Peneliti Selanjutnya sebaiknya melibatkan lebih dari satu toko atau dilakukan dalam konteks yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. 2025. "Selain Kebutuhan Pokok, Gen Z Paling Berminat Belanja Fashion." *Databoks*. Retrieved (<https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/677668263f18a/selain-kebutuhan-pokok-gen-z-paling-berminat-belanja-fashion>).
- Aini, Eni Nur, and Anik Lestari Andjarwati. 2020. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8(1):17. doi: 10.21043/bisnis.v8i1.6712.
- Andrian, Rizky, Agus Dwi Cahya, and Muinah Fadhilah. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5(2):559–74. doi: 10.47467/alkharaj.v5i2.1217.
- Anggraini, Tifanny Riska. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina." *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 5(2):143–61. doi: 10.25273/The.
- Artanti, Annisa. 2023. "Thrifting, Digandrungi Anak Muda Dikecam Pemerintah." *Medcom.Id*. Retrieved (<https://www.medcom.id/ekonomi/analisis/Obz0WBYK-thrifting-digandrungi-anak-muda-dikecam-pemerintah>).
- Christy, Firdhy Esterina. 2020. "Orang Indonesia Lebih Suka Belanja Pakaian." *Tempo.Com*. Retrieved (<https://www.tempo.co/data/data/orang-indonesia-lebih-suka-belanja-pakaian-999959>).
- Dahmiri, Dahmiri, Husni Hasbullah, and Siska Sefrita Sari. 2020. "Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi." *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 9(1):15–22. doi: 10.22437/jmk.v9i1.9235.
- Dianti, Nia Resti, and Eristia Lidia Paramita. 2021. "Green Product Dan

- Keputusan Pembelian Konsumen Muda.” *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 12(1):130–42. doi: 10.33059/jseb.v12i1.2301.
- Djanur, BuanaRusna. 2023. “Pakai Baju Bekas Impor, Anda Berisiko Terkena Penyakit Kulit. Ini Cara Menghindarinya.” *Tribun News*. Retrieved (<https://www.google.com/amp/s/wartakota.tribunnews.com/amp/2023/03/25/pakai-baju-bekas-impor-anda-berisiko-terkena-penyakit-kulit-ini-cara-menghindarinya>).
- Fadila, Nika Nencyana, Raudhotul Alifah, Andhita Risko Faristiana, Jl Puspita Jaya, and Jawa Timur. 2023. “Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa.” *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan* 1(3):278–91.
- Fanani, Faizal. 2023. “Thrifting, Fanatik Merek Tapi Sensitif Harga.” *Merdeka.Com*. Retrieved (<https://www.merdeka.com/khas/thrifting-fanatik-merek-tapi-sensitif-harga.html?page=3>).
- Farahrozi, Florentia, and Verinita Verinita. 2020. “Pengaruh Awareness of Green Product, Price, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Green Product the Body Shop Di Kota Padang.” *Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 22(1). doi: 10.30811/ekonis.v22i1.1904.
- Faujiah, Riska. 2023. “Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Minimarket Mitra Mart).” *Jurnal of Indonesia Management* 3(1):37–48.
- Fitriani, Annisa, and Yustika Irfani Lindawarti. 2024. “Eksistensi Budaya Thrifting (Pakaian Bekas) Sebagai Tren Fashion Mahasiswa.” 7.
- Hikmatunnisa, Renny Sri Purwanti, and Iwan Setiawan. 2020. “Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Pe,Beli Yang Menghuni Perumahan Garden CityHikmatunnisa, Purwanti, R. S., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pe.” *Business Management and Entrepreneurship Journal* 2(September):130–40.
- Hj. Misna Ariani, Didik Hadiyatno, Dr. H. Hairul Anam, S.E., M. M. 2024. *Metodologi Penelitian: Langkah Mudah Menulis Skripsi Dan Tesis*.
- Irawan, Ferry. 2023. “Thrifting Dalam Perspektif Kesehatan.” *Espos.Id*. Retrieved

- (<https://kolom.espos.id/thrifting-dalam-perspektif-kesehatan-1547418#:~:text=Mikroorganisme—bakteri dan jamur—yang,dalam pemilihan dan perlakuan produk>).
- Kaharu, Debora, Anindhyta, and Budiarti. 2016. “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN : 2461-0593 5(3):1–24.
- Marini, Yanna Christina, and Marsudi Lestariningsih. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser Msglow.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 11(6):1–20.
- Mokoagouw, Milly Lingkan. 2016. “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(1):493–502.
- Monginsidi, S. J., J. Sepang, and D. Soepeno. 2019. “Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square) Effect of Lifestyle and Price on the Decision of Purchase of Nike Shoes (Case Study of Manado Town Square).” *Jurnal EMBA* 7(3):2949–58.
- Nababan, Lisandy Yunita. 2024. “Konsumerisme Pakaian: Bahaya Limbah Tekstil Dan Kerusakan Lingkungan.” *Kompasiana*. Retrieved (<https://www.kompasiana.com/lisandyyunitanababan3316/66f3e5a5ed641576c721cc92/konsumerisme-pakaian-bahaya-limbah-tekstil-dan-kerusakan-lingkungan>).
- Nugroho, Iqbal. 2023. “Cerita Korban Kapok Thrifting Setelah Kena Herpes.” *Merdeka.Com*. Retrieved (<https://www.merdeka.com/uang/cerita-korban-kapok-thrifting-setelah-kena-herpes.html>).
- Pertiwi, Annisa. 2023. “Alasan Fashion Thrift Shopping Perlu Dilirik, Hemat Dan Bantu Jaga Lingkungan.” *The Asiant Parent*. Retrieved (<https://id.theasianparent.com/thrift-shopping>).
- Pradana, Genies Wisnu. 2023. “Bisnis Thrifting Sudah Dilarang, Ini Akibatnya Jika Masih Nekat.” *Prolegal*. Retrieved (<https://prolegal.id/bisnis-thrifting-sudah-dilarang-ini-akibatnya-jika-masih-nekat/>).

- Rahmi, Nelly, Nurfiani Syamsuddin, and Muhammad Nawir. 2021. "Pengaruh Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Minum Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Sociohumaniora Kodepena (JSK)* 2(2):250–63. doi: 10.54423/jsk.v2i2.76.
- Ramadanti, Fitra Salsabila. 2024. "Limbah Fast Fashion Di Indonesia Dan Tantangan Lingkungan." *Good News*. Retrieved (<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/04/19/limbah-fast-fashion-di-indonesia-dan-tantangan-lingkungan>).
- Safitri, Anisa Noer, and Robertus Basiya. 2022. "Pengaruh Brand Image, Lifestyle, Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko 3Second." *YUME: Journal of Management* 5(2):450–58. doi: 10.37531/yume.vxix.3463.
- Sakinah, Nazjar, and Mega Nanda. 2022. "Trend Fashion Di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya." *Universitas Negeri Surabaya* 2022:32.
- Saputra, Yulia. 2022. "Tren 'thrifting' Menjamur, Bagaimana Dengan Dampak Lingkungannya?" *BBC News Indonesia*. Retrieved (<https://www.bbc.com/indonesia/articles/ce7yke141ydo>).
- Sheridan, Jessica. 2023. "Pakaian Bekas Impor Masih Bisa Dijual, Teten Masduki: Masih Diberikan Tenggat Waktu." *Liputan 6*. Retrieved (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5244496/pakaian-bekas-impor-masih-bisa-dijual-teten-masduki-masih-diberikan-tenggat-waktu?page=3>).
- Silmi, S. 2017. "Metoda Penelitian." *Bab III Metoda Penelitian* Bab iii me:1–9.
- Somantri, Bambang, and Ridha Afrianka. 2020. "PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE (Studi Kasus Pada Siswa Dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi)." *CAKRAWALA – Repositori IMWI* 3(1):1–10.
- Syahrial, Rizky. 2023. "Pedagang 'Thrift' Pernah Terpaksa Buang Ribuan Potong Baju Bekas Impor Yang Sobek Dan Kotor Saat Penyortiran." *Kompas.Com*. Retrieved (<https://megapolitan.kompas.com/read/2023/03/18/05320071/pedagang->

thrift-pernah-terpaksa-buang-ribuan-potong-baju-bekas-impor-yang).

- Syaraahiyya, Ahyar, and Emmy Yuniarti Rusadi, S.T., M. Eng. 2023. “Fenomena Thrift Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur).” *Abdi Masyarakat* 5(1):2087. doi: 10.58258/abdi.v5i1.3564.
- Utami, Tri Retno. 2020. “Pengaruh Green Product, Green Advertising, Dan Green Brand Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Konsumen Pengguna The Body Shop Di Kota Magelang).” *Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Utarsih, Henny. 2024. “Analisis Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrifting Pasar Cimol Gedebage.” *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business* 3(2):170–77. doi: 10.56916/jimab.v3i2.909.
- Widodo, Sri. 2020. “Pengaruh Green Product Dan Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Merk Sharp Di Electronic City Cipinang Indah Mall Jakarta Timur.” *Jurnal Ilmiah M-Progress* 10(1):23–34. doi: 10.35968/m-pu.v10i1.365.
- Winarno, Slamet Heri, and Bryan Givan. 2019. “Green Product Dan Gaya Hidup Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffee).” *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 3(1):45–53.
- Yudha, Ari, and Yulianthini. 2022. “Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja.” *Jurnal Manajemen* 8(2):1–3.
- Yuniari, Luh Putri, and Gede Bayu Rahanatha. 2024. “Pengaruh Green Product , Healthy Lifestyle , Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Mie Lemonilo Di Kota Denpasar).” 4:1397–1416.
- Zayyidah, Nuril, and Nur Ajizah. 2025. “The Influence of Lifestyle, Product Uniqueness, and Green Products on Ecoprint Fashion Product Purchase Decisions (Case Study on Griya Madukara Malang Consumers).” *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis* 23(1):25–37.