

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pakaian thrifting di Kota Malang. Sampel penelitian sebanyak 200 responden yang merupakan konsumen aktif thrift shop dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel lokasi, harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Kualitas produk menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat beli. Selain itu, uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya pengelola thrift shop untuk mempertimbangkan lokasi strategis, harga yang kompetitif, serta menjaga kualitas produk agar dapat meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pengembangan strategi pemasaran pada industri thrifting di Kota Malang.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Minat Beli, Thrifting

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of location, price, and product quality on consumer purchase intention of thrifting clothing in Malang City. A sample of 200 respondents, active thrift shop consumers, was selected using purposive sampling. Data were collected through a questionnaire with a Likert scale of 1–5 and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that, partially, the variables of location, price, and product quality have a positive and significant effect on consumer purchase intention. Product quality is the most dominant variable influencing purchase intention. Furthermore, a simultaneous test (F-test) indicates that all three independent variables together have a significant effect on purchase intention. The practical implications of this study emphasize the importance of thrift shop managers considering strategic locations, competitive prices, and maintaining product quality to increase consumer purchase intention. This research is expected to serve as a reference for developing marketing strategies in the thrifting industry in Malang City.

Keywords: Location, Price, Product Quality, Purchase Intention, Thrifting

