

***DECISION ANALYSIS OF USED CLOTHING PURCHASE***  
**(STUDY ON STUDENTS OF FEB UPN VETERAN JAKARTA)**

**By Elsa Kirana Fauziah**

***Abstrac***

*Reduced income due to the pandemic has made one of the businesses, namely the thrift business, an alternative for new income for used clothing traders in the midst of a pandemic and has grown to date. Used clothing is a growing trend in today's fashion needs. Currently there are several phenomena that influence purchasing decisions so the purpose of this study is to determine the influence of social media, lifestyle and price on purchasing decisions. The target population in this study were active students of the Faculty of Economics and Business at UPN Veterans Jakarta, with a sample of 100 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. This research uses quantitative methods. The test tool used is Smart PLS 3.0. The results of this study indicate (1) there is a significant influence of social media on purchasing decisions, (2) there is a significant influence of lifestyle on purchasing decisions, (3) there is a significant influence of price on purchasing decisions*

***Keywords*** : *social media, lifestyle, price, and purchasing descisions.*

# **ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (STUDI PADA MAHASISWA FEB UPN VETERAN JAKARTA)**

**Oleh Elsa Kirana Fauziah**

## **Abstrak**

Berkurangnya pendapatan akibat pandemi membuat salah satu bisnis, yaitu bisnis thrift menjadi alternatif pemasukan baru bagi para pedagang pakaian bekas di tengah pandemi dan berkembang sampai saat ini. Pakaian bekas adalah suatu tren yang sedang berkembang dalam kebutuhan *fashion* saat ini. Saat ini terjadi beberapa fenomena yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh media sosial, gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian. Untuk populasi target pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis UPN Veteran Jakarta dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden menggunakan Teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alat uji yang digunakan adalah Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) terdapat pengaruh signifikan media sosial terhadap keputusan pembelian, (2) terdapat pengaruh signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, (3) terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : media sosial, gaya hidup, harga dan keputusan pembelian