

**PENGARUH HARGA, TREN MODE, DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA  
TOKO SINYORASHOP ENDE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores**



**OLEH**

**MARIA OKTAVIANA INES**  
**2021410775**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE**

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**NAMA : MARIA OKTAVIANA INES**

**NIM : 2021410775**

**JUDUL : PENGARUH HARGA, TREN MODE, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
FASHION PADA TOKO SINYORASHOP ENDE**

**Ende, 27 Maret 2026**

**Telah Diuji dan Dipertahankan didepan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Flores**

**Pembimbing I**



**Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NUPTK. 1346769670230280**

**Pembimbing II**



**Santy Permata Sari, S.AB.,MM  
NUPTK. 4961768669230252**



**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**



**Maria Endang Jamu, SE.,MM  
NUPTK. 1346769670230280**

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 27 Maret 2026

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



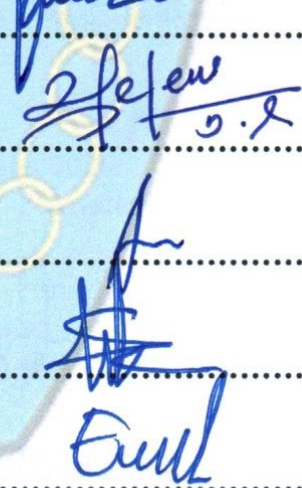
**Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc.**  
NUPTK. 3258752653130063

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



**Maria Endang Jamu, SE.,MM.**  
NUPTK. 1346769670230280

### Tim Penguji:

- |    |   |         |
|----|---|---------|
| 01 | <b><u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si.</u></b><br>NUPTK. 2959749650130112                | 1. .... |
| 02 | <b><u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM.</u></b><br>NUPTK. 2363761662230133 | 2. .... |
| 03 | <b><u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc.</u></b><br>NUPTK. 1057749650130143              | 3. .... |
| 04 | <b><u>Santy Permata Sari, S.AB.,MM</u></b><br>NUPTK. 4961768669230252             | 4. .... |
| 05 | <b><u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u></b><br>NUPTK. 1346769670230280                | 5. .... |
- 



**UNIVERSITAS FLORES  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PERNYATAAN KASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“PENGARUH HARGA, TREN MODE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA TOKO SINYORASHOP ENDE”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 27 Maret 2026 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 27 Maret 2026  
Yang Memberi Pernyataan



**MARIA OKTAVIANA INES**  
**2021410775**

## **MOTTO**

“ Atas segala ketidakmungkinan, aku percaya  
bahwa doa itu bisa merubah apapun “

1 Tesalonika 5:17

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, skripsi sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan dan pengharapan dalam setiap kelelahan dan kebimbangan, serta selalu menuntun langkah penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan penuh rahmat dan berkat.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Robertus Kamu dan Ibu Maria Goreti Rei, atas cinta yang tak pernah berkurang, doa yang tak pernah putus, dan pengorbanan yang tiada terbalaskan. Segala keberhasilan ini penulis persembahkan sebagai wujud kecil dari rasa terima kasih yang takkan cukup diungkapkan dengan kata-kata.
3. Yang tersayang kedua adiku : Bety dan Sintus terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan tawa yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Kalian mengingatkan bahwa rumah bukan sekadar tempat, melainkan hati yang saling menguatkan.
4. Diri penulis sendiri, Maria Oktaviana Ines. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah, seberat apa pun proses penyusunan skripsi ini. Apresiasi setinggi-tingginya karena telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai.
5. Yang tersayang teman-teman Farlet Cost, kk Riki, Kk Egen, Vito, Erik dan Siana. Terima kasih sudah mememani begadang, berbagi mie instan di tanggal tua, dan selalu punya cara buat bikin ketawa pas lagi stres-stresnya revisi.

Kalian adalah alasan kenapa kosan ini selalu terasa seperti rumah kedua bagi saya

6. Yang terkasih sahabatku Maya Bataona terima kasih atas segala bantuan, perhatian, serta dukungannya karena selalu menjadi tempat berbagi cerita dan semangat.
7. Untuk teman-teman seperjuangan Manajemen Angkatan 2021, terima kasih atas kerja sama dan cerita yang turut mewarnai perjalanan studi kita.
8. Program Studi Manajemen yang penulis banggakan, atas segala ilmu, bimbingan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga tersusunnya skripsi ini.
9. Almamater tercinta Universitas Flores.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan bimbingan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, TREN MODE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA TOKO SINYORASHOP ENDE”** dengan baik. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan ujian skripsi pada Program Studi Manajemen, Universitas Flores Ende. Dalam proses penyusunannya, penulis banyak menerima bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores.
2. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Flores.
3. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi beserta Staf Universitas Flores.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Bapak/ Ibu Dosen yang telah membantu penulis selama mengikuti perkuliahan di Universitas Flores.
5. Ibu Mari Endang Jamu, S.E.,MM selaku Pembimbing I dan Ibu Santy Permata Sari,S.AB.,MM selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan dan pemikiran kepada penulis skripsi ini.

6. Pemilik toko Sinyorashop Ende Ibu Modestina Florensa Bhandu yang telah memberikan izin penelitian serta bantuan dalam penyediaan data yang diperlukan.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Meskipun demikian, besar harapan penulis agar skripsi sederhana ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan pembelajaran bagi pembaca.

Ende, Maret 2026

Penulis

## ABSTRAK

**Maria Oktaviana Ines. 2021410775. Pengaruh Harga, Tren Mode, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Sinyorashop Ende. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores, Skripsi, 2026.**

**Pembimbing I. Maria Endang Jamu, SE.,MM**

**Pembimbing II. Santy Permata Sari, S.AB.,MM**

---

Tujuan penelitian ini adalah : 1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk fashion pada Toko Sinyorashop Ende. 2. Untuk mengetahui pengaruh tren mode terhadap keputusan pembelian produk fashion pada Toko Sinyorashop Ende. 3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fashion pada Toko Sinyorashop Ende. 4. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan diantara harga, tren mode, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fashion pada Toko Sinyorashop Ende.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ini adalah Toko Sinyorashop Ende, Jl. Ahmad Yani, Kel. Kelimutu, Kec. Ende Tengah, Kabupaten Ende. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* pengambilan sampel dalam peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* Sehingga diperoleh jumlah minimum sampel sebesar  $n = 43$  orang. Adapun metode pengumpulan data yaitu : Observasi, Wawancara, Kuesioner/Angket, dan Dokumentasi

Berdasarkan hasil dan uji regresi dari penelitian ini diperoleh : 1. Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Sinyorashop Ende, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $6,323 > 2,02269$ ), nilai tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , nilai  $\beta$  1,080, dengan nilai  $R^2$  sebesar 49,4%. 2. Pengaruh Tren Mode (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Sinyorashop Ende, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,154 > 2,02269$ ), nilai tingkat signifikansi  $0,003 < 0,05$ , nilai  $\beta$  0,760, dengan nilai  $R^2$  sebesar 19,5%. 3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Sinyorashop Ende, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $2,611 > 2,02269$ ), nilai tingkat signifikansi  $0,010 < 0,05$ , nilai  $\beta$  0,399, dengan nilai  $R^2$  sebesar 15,2%. 4. Harga, Tren Mode dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Sinyorashop Ende, dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $14,107 > 2,61$ ), nilai tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dengan nilai  $R^2$  sebesar 52,0%.

**Kata Kunci : Harga, Tren Mode, dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, dan Produk Fashion**

## ABSTRACT

**Maria Oktaviana Ines. 2021410775. The Influence of Price, Fashion Trends, and Product Quality on Fashion Product Purchase Decisions at the Sinyorashop Ende Store. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Flores, Thesis, 2026.**

**Supervisor I: Maria Endang Jamu, SE., MM**

**Supervisor II: Santy Permata Sari, S.AB., MM**

---

The objectives of this study are: 1. To determine the influence of price on fashion product purchase decisions at the Sinyorashop Ende Store. 2. To determine the influence of fashion trends on fashion product purchase decisions at the Sinyorashop Ende Store. 3. To determine the influence of product quality on fashion product purchase decisions at the Sinyorashop Ende Store. 4. To determine the most dominant influencing variable among price, fashion trends, and product quality on fashion product purchase decisions at the Sinyorashop Ende Store.

This study uses quantitative research. The location of this study is the Sinyorashop Ende Store, Jl. Ahmad Yani, Kel. Kelimutu, Ende Tengah District, Ende Regency. The sampling technique used in this study was accidental sampling, with the researcher using the Lemeshow formula. This resulted in a minimum sample size of  $n = 43$  people. The data collection methods were: Observation, Interviews, Questionnaires, and Documentation.

Based on the results and regression tests of this study, the following were obtained: 1. The Effect of Price (X1) on Fashion Product Purchase Decisions at the Sinyorashop Ende Store, with a calculated t-value greater than the t-table ( $6.323 > 2.02269$ ), a significance level of  $0.000 < 0.05$ , a  $\beta$  value of 1.080, and an R2 value of 49.4%. 2. The Influence of Fashion Trends (X2) on Fashion Product Purchasing Decisions at the Sinyorashop Ende Store, with a calculated t value greater than the t table ( $3.154 > 2.02269$ ), a significance level value of  $0.003 < 0.05$ , a  $\beta$  value of 0.760, with an R2 value of 19.5%. 3. The Influence of Product Quality (X3) on Fashion Product Purchasing Decisions at the Sinyorashop Ende Store, with a calculated t value greater than the t table ( $2.611 > 2.02269$ ), a significance level value of  $0.010 < 0.05$ , a  $\beta$  value of 0.399, with an R2 value of 15.2%. 4. Price, fashion trends, and product quality simultaneously influence fashion product purchasing decisions at Sinyorashop Ende, with the calculated F value greater than the F table ( $14.107 > 2.61$ ), a significance level of  $0.000 < 0.05$ , and an R2 value of 52.0%.

**Keywords: Price, Fashion Trends, Product Quality, Purchasing Decisions, and Fashion Products**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KASLIAN KARYA TULIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	13
2.1.2 Harga.....	14
2.1.2.1. Pengertian Harga .....	14
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	15

2.1.2.3 Indikator Harga .....	17
2.1.3 Tren Mode.....	18
2.1.3.1. Pengertian Tren Mode .....	18
2.1.3.2 Indikator Tren Mode .....	19
2.1.4 Kualitas Produk .....	20
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	20
2.1.4.2 Indikator Kualitas Produk .....	21
2.1.4.3 Variabel pendukung kualitas produk.....	22
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	23
2.1.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.1.5.2. Jenis Perilaku Keputusan Pembelian .....	24
2.1.5.3. Indikator Keputusan Pembelian .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	28
2.4 Kerangka Berpikir.....	31
2.5 Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.4 Defenisi Operasional Variabel .....	35
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	37

3.5.1 Jenis Data .....	37
3.5.2 Sumber Data.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7 Instrumen Penelitian .....	40
3.8 Teknik Analisis Data .....	41
3.8.1 Analisis Data.....	41
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	42
3.9.1 Uji Normalitas .....	42
3.9.2 Uji Multikolinieritas .....	43
3.9.3 Uji Heteroskedastisita.....	44
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.11 Uji Hipotesis .....	45
3.12 Koefisien Determinasi .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Umum.....	48
4.1.3 Deskripsi Responden.....	49
4.2 Uji Instrumen Penelitian .....	55
4.2.1 Uji Validitas.....	55
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	57
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	60
4.3.1 Uji Normalitas.....	60
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	61
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.3.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	64

4.4 Uji Hipotesis atau Uji T .....	65
4.4.1 Hipotesis Pertama.....	66
4.4.2 Hipotesis Kedua .....	68
4.4.3 Hipotesis Ketiga.....	69
4.4.4 Hipotesis Keempat (Uji F) .....	71
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
4.5.1 Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fashion pada toko Sinyorashop Ende .....	73
4.5.2 Tren Mode berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fashion pada toko Sinyorashop Ende .....	76
4.5.3 Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fashion pada toko Sinyorashop Ende.....	79
4.5.4 Harga, Tren Mode, dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk fashion pada toko Sinyorashop Ende .....	82
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Sinyorashop Ende .....	8
Tabel 1.2 Jenis dan Harga Toko Sinyora Ende.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skor Jawaban Responden.....	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Jenis produk yang dibeli .....	53
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Frekuensi pembelian di toko sinyorashop ende .....	54
Tabel 4.6 Tabel Uji Validitas .....	56
Tabel 4.7 Tabel Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.8 Uji Normalitas Data .....	60
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Spearman's rho .....	62
Tabel 4.11 Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi X1 terhadap Y .....	66
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan X1 terhadap Y.....	67
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi X2 terhadap Y .....	68
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinan X2 terhadap Y.....	69
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi X3 terhadap Y .....	70
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinan X3 terhadap Y.....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji F .....	72
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinan X1, X2, X3 terhadap Y.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	32
Diagram 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia .....	50
Diagram 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Diagram 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Diagram 4.4 Data Responden Berdasarkan Jenis produk yang dibeli .....	53
Diagram 4.5 Data Responden Berdasarkan Frekuensi pembelian di toko sinyorashop ende.....	55