

## ABSTRAK

Irvan Candra Nur Alamsyah. 2024. Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Word of Mouth*, Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Pada Sepatu Bekas di Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Apriyanti., M.M., CPSM. Pembimbing (II) Metik Asmike, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Hedonic Shopping Value*, *Word of Mouth*, Dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Pada Sepatu Bekas di Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Ada 167 responden pada sampel dalam penelitian ini dimana data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan PLS SEM.

Hasil Penelitian ini adalah 1. *Hedonic Shopping Value* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu bekas pada mahasiswa di kota Madiun, 2. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu bekas pada mahasiswa di kota Madiun. Dan 3. *Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepatu bekas pada mahasiswa di kota Madiun.

**Kata Kunci:** *Hedonic Shopping Value*, *Word of Mouth*, *Lifestyle*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Irvan Candra Nur Alamsyah. 2024. *The Influence of Hedonic Shopping Value, Word of Mouth, and Lifestyle on the Decision to Purchase Used Shoes in Madiun City*. Thesis. Management Study Program. Faculty of Economics and Business, PGRI Madiun University. Supervisor (I) Dr. Apriyanti., M.M., CPSM. Supervisor (II) Metik Asmike, S.E., M.M

*This research aims to determine the influence of hedonic shopping value, word of mouth, and lifestyle on the decision to purchase used shoes in Madiun City. The method used in this research is quantitative. The sample in this study was 167 respondents. The data used in this research is primary data. The data collection method uses a questionnaire. Data processing in this research uses PLS SEM.*

*The results of this research are 1. Hedonic Shopping Value has a significant effect on the decision to purchase used shoes for students in the city of Madiun, 2. Word of Mouth has a significant effect on the decision to purchase used shoes for students in the city of Madiun. And 3. Lifestyle has a significant influence on the decision to purchase used shoes among students in the city of Madiun.*

**Keywords:** *Hedonic Shopping Value, Word of Mouth, Lifestyle, Purchasing Decisions*