

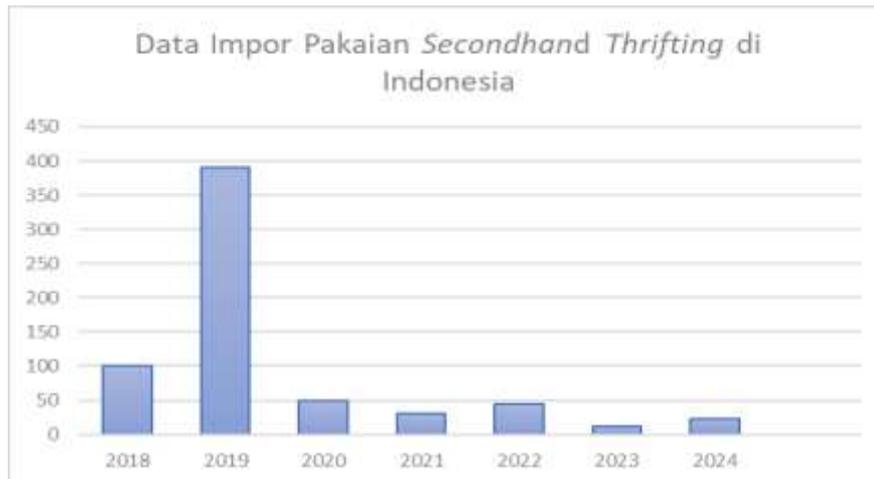
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia mode *fashion* berkembang dengan sangat cepat dan memiliki banyak pilihan yang beraneka ragam. Model pakaian dalam sebuah toko memiliki motif dan desain bermacam-macam yang memiliki fungsi untuk menutup tubuh. Faktor terpenting dalam memilih pakaian terdiri dari warna, motif, bentuk, dan sebagainya. Menurut Permata dan Asih, (2020) yang menyebutkan atribut yang paling berpengaruh dalam tren *fashion* yaitu warna, *style*, pola, material, dan shape. Bahkan saat ini atribut ini dapat digunakan untuk identifikasi *trend fashion* mendatang.

Hingga pada beberapa tahun terakhir muncul *trend fashion* yang disebut dikalangan generasi millennial atau anak-anak muda. *Thrifting* ini dilakukan dengan cara membeli barang bekas yang dikatakan lebih murah, sehingga hal ini dijadikan konsumsi *fashion* dikalangan anak-anak muda millennial. Tak hanya di Indonesia secara global. Aktivitas *thrifting* dilakukan dengan membelinya di toko yang khusus menjual *thrifting*. Dengan mengesampingkan ke higienisan suatu barang bekas *thrifting* ini sudah menjadi budaya *fashion* baru yang populer dikalangan anak muda saat ini. Oleh sebab itu, pemerintah mengeluarkan larangan *thrifting* dalam peraturan menteri perdagangan Indonesia nomor 51/M-DAG-/PER/7 tahun 2015 yang menyatakan bahwa, pakaian bekas impor atau dari luar negeri berpotensi mengganggu kesehatan manusia, sehingga tidak aman apabila dikonsumsi sebagai gaya *fashion*.



**Gambar 1.1 Data Impor Pakaian Secondhand Thrifting di Indonesia tahun 2018-2024**

**Sumber: Data diolah (Badan Pusat Statistik,2024)**

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa Di Indonesia fenomena ini mulai ramai sejak adanya pandemi covid-19 yang dimana berdampak juga menurun nya terhadap income dan perekonomian. Sehingga *thrifting* ini disebut gaya hidup hemat oleh mereka karena cenderung harganya murah. Fenomena *thrift* ini mengalami puncaknya pada tahun 2019 yaitu awal mula munculnya pandemi covid-19. Yang dimana mengharuskan masyarakat untuk berhemat, sehingga tren *thrifting* ini dianggap solusi berhemat untuk memenuhi kebutuhan *fashion* mereka. Namun di Indonesia terjadi cenderung karena faktor untuk memenuhi gengsi yang terbukti bahwa konsumennya mayoritas anak-anak muda millennial (Syakir, 2024).

*Thrifting* bisa menjadi salah satu alternatif pecinta *fashion* atau *fashionista* untuk mengeksplor *trend-trend fashion*. Melalui *thrifting* para *fashionista* dapat menemukan model pakaian yang sangat variatif dan tidak terduga. *Fashionista* juga dapat memperpanjang masa pakaian mereka yang sudah tidak terpakai melalui *thrifting* ini,yakni dengan cara menjual pakaian bekas yang masih layak

pakai ataupun merombak pakaian bekas yang rusak agar menjadi lebih bagus dan layak jual.

Sarana yang digunakan untuk melakukan transaksi *thrifting* ini cukup variatif yakni bisa dilakukan secara *online* maupun *offline*. Sarana *online* yang biasa digunakan untuk *thrifting* ini adalah *social media* seperti Instagram dan bisa juga melalui *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Tinkerlust, dan lain-lain. Sedangkan *thrifting offline* biasa dilakukan di pasar, toko dan di bazar-bazar *fashion*. Setelah beberapa tahun, *trend* dapat terulang kembali, trend baru meminjam elemen dari *trend* lama untuk menciptakan literasi baru. Yang dimaksud dalam literasi baru yaitu mengolah pakaian lama (bekas) menjadi fashion terbaru dengan *style* masing-masing. Hal itulah yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Di masyarakat Indonesia saat ini marak terjadi fenomena *trend* pakaian bekas atau yang sekarang disebut dengan *thrift*, yaitu membeli pakaian bekas dengan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Penurunan daya beli konsumen memunculkan *trend* ini, namun konsumen tetap menginginkan produk bermerek agar tampil *fashion*. Sejak tahun 2019, terjadi lonjakan signifikan dalam *trend* karena meningkatnya permintaan dan keinginan akan barang-barang *fashionable*.

Meski pemerintah sudah tegas melarang masuknya barang-barang semacam ini, fenomena jual beli pakaian *secondhand* jadi hal yang cukup menjanjikan untuk memutar roda perekonomian masyarakat. Di satu sisi, masifnya pakain impor bekas dan perilaku konsumtif yang tinggi bisa mendongkrak produk-produk *fashion* lokal. Tentu pemerintah tidak bisa hanya sekadar melakukan pelarangan tanpa menguatkan produsen lokal untuk

bisa bersaing dengan produk-produk bekas yang lagi digandrungi itu. Kebutuhan masyarakat dan perlindungan terhadap bisnis lokal ini selalu bertentangan. Negara harus ada diposisi yang tepat untuk melindungi usaha-usaha kecil karena pemain dalam bisnis antara barang impor dan lokal ini berbeda jauh dari segi pendanaannya. Pemerintah tidak bisa sekadar melarang pakaian bekas tersebut, tapi harus mendongkrak kerativitas pada produk lokal tersebut (Zamrud, 2024).

Pakaian *secondhand thriftn*g didefinisikan sebagai jenis barang yang masih layak pakai dengan harga yang jauh lebih murah dengan kualitas yang baik. Bahkan, terdapat pakaian *secondhand* dengan merek terkenal. Banyak anak muda yang ingin mempunyai tampilan *fashion* yang bermerek sebagai alternatifnya. Harga jual pakaian *secondhand* bisa sangat menguntungkan. Tidak lagi memalukan untuk berbelanja pakaian *secondhand* muncul sebagai *trend* sosialnya sendiri yang berbeda. Di kota Padang sangat mudah dijumpai *thrift* shop yang menjual pakaian *secondhand* yang menjual secara *online* maupun *offline*. Dimana konsumen dapat membeli pakaian *secondhand* dengan harga yang murah tentunya memiliki merek ternama serta kualitas produk yang baik sehingga, hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk pakaian *secondhand*.

**Tabel 1.1 Data Toko Thrifing di Kota Padang**

No	Nama Toko	Alamat
1.	Todzy Thrift Padang	Jalan Pasar Baru, Cupak Tengah, Kec. Pauh, Kota Padang
2.	Empat Belas Second	Jalan Dr. Moh. Hatta, Anduring, Kota Padang
3.	Pemain Lama Outdoor	Jalan Raya Andalas, Andalas, Kec. Padang Timur, Kota Padang
4.	Second Alai	Jalan Alai Parak Kopi, Kec. Padang Utara, Kota Padang
5.	Jully Summer Style	Jalan Teuku Umar No. 31, alai Parak Kopi
6.	Lemari Fuja	Jalan Gunung Pangilun, Kec. Padang Utara, Kota Padang
7.	F5 Thrifing Style	Jalan Moh. Hatta, Pasa Ambacang, Kota Padang
8.	Baju Import Padang	Beringin IV No. 21 Lolong Belanti, Kec. Padang Utara, Kota Padang
9.	Hunny Thrift Padang	Jalan Gajah Mada, Simpang Tinju, Kp Olo, Nanggalo, Kota Padang
10.	Senja Second Padang	Jalan Dr. Moh Hatta, Ambacang, Kuranji, Kota Padang
12.	Draft Thrift Shop	Jalan Khatib Sulaiman No.9.25173. Kota Padang
13.	Tando Thrift Padang	Jalan Ngurah Rai II 25174 Padang
14.	Second Garege	Jalan Belibis Blok A 25132 Padang Utara
15.	Pondok second Padang	Jalan Aru, Lubeg Dekat Jembatan Marapalam
16.	Thrifty Fashion Padang	Jalan Gang Semeru IV No 7, Gunung Pangilun, Kota Padang
17.	Titik Kumpul	Jalan Gajah Mada, Gn. Pangilun, Kec. Padang Utara
18.	Titik Kumpul	Jalan Aru, Lubeg, Dekat UPI Padang
19.	Cactus Apuk	Jalan Lubuk Minturun, Koto Panjang Iku Koto, Kec. Koto Tengah
20.	Baju Import Branded	Jalan Joni Anwar, Ulak Karang, Padang Utara, Kota Padang
21.	Rinche Store	Jalan Raya Pondok Kopi, Kel. Surau Gadang, Kec. Nanggalo
22.	Abinada Thrift Store	Simpang Tinju, Jalan Gajah Mada, Kp. Olo, Kec. Nanggalo, Kota Padang
23.	GA Fashion Thrift	Depan SPBU Gunung pangilun
24.	Seep Thrift Padang	Gunung Pangilun No 8
25.	Second Sultan	Jalan Gajah Mada No 26A Rt2. Rw4, Padang
26.	Alai Thrift Shop	Lapai, Kota Padang
27.	Praha Fashion	Jalan Joni Anwar No 6 A Lapai, Padang
28.	Pakaian Second	Jalan Raya Andalas, sebelum Jembatan
29.	Hanger Thrift	Seberang Padang
30.	Thrifing Skuy	Jalan seberang Padang, Sultan Syahrir, Sebelah AciakMart
31.	Monza Thrift	By Pass, Dekat UT Padang
32.	Second Ex Singapura	Jalan S. Parman, Kel. Lolong Belanti, Padang Utara
33.	Jesica Store	Jalan M. Yamin No. 5 Padang Barat (Pasar Raya)
34.	White and Market	Lubuk Minturun, Kota Padang
35.	Tanpa Nama	Gunung Pangilun
36.	Ldr Second brand (sepatu)	Kp. Kalawi No 4, Kec. Kuranji, Kota Padang
37.	Sepatu Second Padang (sepatu)	Jalan Raya Ampang No. 8 Ampang, Kuranji, Kota Padang
38.	Taukausepatu.ptk (Sepatu)	Jalan Tan Malaka No.25, Kec. Sawahan, Padang Timur, Kota Padang
39.	Rudi Second Branded (Sepatu)	Jalan Sutan Syahrir, Seberang Padang, Kec. Padang Sel, Kota Padang

**Sumber : Data diolah,2024**

Pada Tabel 1.1 di atas dapat di lihat bahwa ada 39 toko *Thrifting* yang berada di kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peluang usaha dan masyarakat kota Padang sudah secara umum mengetahui mengenai *fashion thrifting* ini. Selanjutnya, masyarakat kota Padang dengan ada nya banyak *store offline thrifting* ini yang sudah hampir ada di seluruh wilayah Padang menggambarkan bahwa adanya ketertarikan terhadap *fashion thrifting* ini.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di tunjukan dalam aktifitas, minat dan pendapatnya. Gaya hidup menunjukkan cara mereka bertindak dan berinteraksi dengan dunia luar Wibowo, (2020). Gaya hidup membawa pola pikir manusia menjadi konsumtif, dengan membeli barang secara terus-menerus tanpa memikirkan manfaat pada barang yang ia beli. Perilaku ini banyak terjadi di masyarakat Indonesia bahkan ia lebih mementingkan penampilan mewah dari pada keperluan pokoknya, dengan gaya hidup yang berlebihan membuat perilaku manusia menjadi hedonitas. Pada hal ini membutuhkan biaya yang lebih besar dari pada umumnya karena tidak untuk memenuhi kebutuhan namun juga mengarah kepada pemenuhan keinginan dan juga pemborosan. Gaya hidup pada intinya, seseorang mengacu pada bagaimana mereka memilih untuk menghabiskan waktu dan uangnya. Dalam penelitian yang dilakukan, Arsita & Sanjaya, (2021) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram”. Dari hasil penelitian tersebut di dapatkan informasi bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online fashion pada media sosial instagram.

Sedangkan penelitian yang dilakukan Andriani & Sri, (2021) dengan

judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya”. Dan juga penelitian yang dilakukan Virginia et al., (2024) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor (*Thrift*) Pada Generasi Muda Di L21 Shop” Dari hasil penelitian tersebut di dapatkan informasi bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler, (2016) menjelaskan bahwa minat beli sebagai respon dari konsumen terhadap suatu objek yang muncul dengan keinginan untuk membelinya. Minat beli akan timbul melalui proses evaluasi alternatif seseorang yang memilih produk dengan berbagai merek yang hendak dibeli atas dasar minat Kotler, (1999). Sedangkan menurut Sylvana, (2006) berpendapat bahwa minat beli merupakan tahap akhir dari suatu proses pengambilan keputusan pembelian yang secara kompleks termasuk membeli produk yang diinginkan, mengevaluasi merek yang sudah dikonsumsi dengan menyimpan informasi yang nantinya akan digunakan di masa yang akan datang. Berdasarkan penelitian Wijayanti, (2024) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Moderasi”. Sedangkan penelitian menurut Puspita & Nugroho, (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Bekas sebagai Variabel Intervening”. Dan juga menurut Solihin, (2020) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat

Beli Sebagai Variabel Intervening”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini memperlihatkan bahwa minat beli sangat menentukan bagi konsumen untuk membeli atau tidak.

Oleh karena itu, pada pengambilan keputusan pembelian konsumen harus melewati proses pemilihan yang diambil salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata (Kotler, 2007). Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama hanya saja semua proses tersebut tidak semua dilaksanakan oleh para konsumen. Adapun beberapa faktor yang menjadi keputusan para masyarakat dalam pembelian pakaian *secondhand* seperti pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan citra merek. Pada saat ini, sebagian orang lebih memilih untuk membeli pakaian *secondhand* bermerek dari luar negeri, terlebih jika pakaian tersebut memiliki citra merek yang terkenal. Karena jika ingin menjual kembali tidak memiliki potensi kerugian yang besar dibandingkan dengan pakaian lokal. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti konsumen yang berbelanja pada *thrift* shop di kota Padang dalam pembelian pakaian *secondhand*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pada *fashion thrifting* masyarakat di kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada *fashion thrifting* masyarakat di kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian

*fashion thrifting* pada masyarakat di kota Padang?

4. Bagaimana minat beli mengintervening pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *fashion thrifting* pada masyarakat di kota Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pada *fashion thrifting* masyarakat di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada *fashion thrifting* masyarakat di kota Padang.
3. Untuk mengetahui minat beli terhadap keputusan pembelian *fashion thrifting* pada masyarakat di kota Padang.
4. Untuk mengetahui minat beli sebagai variabel intervening terhadap pengaruh gaya hidup dan keputusan pembelian *fashion thrifting* pada masyarakat di kota Padang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan kepada penulis mengenai Pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan pembelian konsumen pada *Fashion Thrifting* dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening.
- b. Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Masyarakat dan Pengusaha *Fashion Thrifting* terutama Masyarakat Kota Padang untuk mengetahui bagaimana Pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan pembelian konsumen pada *Fashion Thrifting* dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening.

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan literatur dan referensi untuk teman-teman mahasiswa dan pihak-pihak lainnya yang melakukan penelitian mengenai Pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan pembelian konsumen pada *Fashion Thrifting* dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening.

### **1.5 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis hanya membahas mengenai Pengaruh gaya hidup terhadap Keputusan pembelian konsumen pada *Fashion Thrifting* dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening”