

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fashion atau yang kita kenal dengan istilah busana, adalah unsur penting yang dapat dilepaskan dari kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, tren pembelian produk *fashion* yang senantiasa mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu. Keinginan dan kebutuhan *fashion* juga semakin tinggi dalam membeli produk *thrift*. Secara bahasa, *thrift* diambil dari kata *thrive* yaitu berkembang atau maju. Sedangkan kata-kata *thrift* sendiri dapat diartikan penghematan yaitu cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien. (Z.Fadli, Agustinus Februadi, dan Widi Senalajari, 2021). Dapat diartikan pula bahwa *thrifting* adalah kegiatan membeli demi mendapat harga produk yang lebih murah karena produk tersebut sudah pernah digunakan dan mendapat barang yang tidak biasa di pasaran.

Referensi menunjukkan bahwa membeli produk *thrift* telah populer di berbagai negara. Mencari produk *thrift* menjadi fenomena yang terus tumbuh karena dapat menggantikan peran individu dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan akan produk *fashion*. Karena pasar konsumen *thrift* terus berkembang, menyebabkan fenomena *thrift shop* menjadi semakin populer. Bahkan fenomena ini telah diprediksi akan terus berlangsung dimana pada tahun 2029 total nilai penjualan global produk pakaian bekas akan mencapai \$80 miliar dolar.

Adanya *thrift* yang sangat populer saat ini membuat pelaku bisnis membeli barang *thrift* impor dan menjualnya dengan embel-embel “barang impor” daripada memberikan nama dagangan “barang bekas”. Barang impor tersebut terdiri dari berbagai macam *style*, mulai dari *style* masa lalu yang disebut dengan *vintage* hingga *style* pada saat ini. *Style* merupakan salah satu yang dicari oleh para penggemar *thrifting*, karena setiap orang memiliki gaya berpenampilan yang berbeda-beda. Masalah harga pada *thrift* sangat terjangkau serta menyesuaikan dengan *style* dan kualitas produknya.

Seiringnya waktu, banyaknya pedagang *thrift* membuat mereka mendirikan toko dengan konsep *thrift shop*. Tak hanya itu, pedagang *thrift* membuat komunitas untuk penggemar *thrifting* yang mana komunitas tersebut dibuka untuk wilayah. Terdapat Fenomena yang terjadi pada tanggal 27 Maret 2023 yakni, Dampak larangan impor pakaian bekas terasa hingga Kabupaten Madiun. Sejumlah pengusaha *thrifting* setempat mengeluh omzet penjualannya terjun bebas sejak aturan itu diberlakukan (Radar Madiun 2023)

Tapi hal itu tidak berlangsung lama Pada tanggal 3-7 April 2024, Madiun festival mengadakan event di Gor Wilis Kota Madiun. *Event* tersebut dalam rangka meningkatkan omzet pengusaha *thrifting* yang terjun bebas sebelumnya. (Postingan instagram @thriftby.ou @bakul.gombal @madiun festival).

Terdapat beberapa *thrift shop* yang terkena dampak dari fenomena tersebut yaitu penurunan omzet penjualan. Hal ini bisa dilihat dari data penjualan dari salah satu *thrift shop* dibawah ini:

Tabel 1. 1 Data Penurunan Omzet Penjualan Thrift Shop

Toko	2020	2021	2022	2023
<i>Thrift.Tan</i>		680	767	500
<i>Thrift Shop Setunggalsae</i>	1.890	2.079	2.742	1.924
<i>Thrift shop Moy.stuff</i>	4.332	5.250	5.400	4.795

Sumber: Based on Data by Owner

Berikut ini merupakan data penjualan di beberapa *Thrift shop* yang terdapat di Kota Madiun. Alasan terdapat penurunan penjualan pada tahun 2023 dikarenakan terkena dampak dari larangan impor pakaian bekas yang terasa hingga Sejumlah pengusaha thrifting setempat mengeluh omzet penjualannya terjun bebas sejak aturan itu diberlakukan (Radar Madiun 2023). Demi meningkatkan penjualan, harga dan kualitas produk memiliki dapat mempengaruhi para konsumen, serta *fashion lifestyle* konsumen untuk memesan produk kembali pada beberapa *Thrift shop* yang terkena dampak tersebut.

Menurut Sangadji dan Sopiah keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan yang diambil oleh konsumen untuk menentukan salah satu dari beberapa opsi produk yang pada akhirnya dibeli dengan berbagai

pertimbangan. Kotler dan Armstrong, menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu: (1) Budaya, subkultur dan kelas sosial, (2) Sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), (3) Pribadi (usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), (4) Psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan tingkah laku).

Salah satu aspek berarti yang begitu dicermati dari pihak konsumen tiap hendak melakukan pembelian produk ialah harga. Harga mempunyai kedudukan yang sangat besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sebab mayoritas pihak konsumen menginginkan benda dengan mutu yang berkualitas namun biayanya murah ataupun mudah dijangkau. Oleh karena itu, pihak konsumen senantiasa membandingkan harga produk sebelum melakukan pembelian.

Madiun *Thrift Market* menonjol dengan penawaran harga yang relatif terjangkau, terutama selama acara-acara khusus. Keunggulan ini menjadikannya pilihan favorit untuk berbelanja pakaian bekas dengan harga yang lebih terjangkau, terutama produk seperti *Thrift tan dan Thrift shop Moy.stuff* yang memiliki kisaran harga antara Rp. 20.000,00 hingga Rp. 60.000,00. Sedangkan *Thrift Shop Setunggalsae* memiliki kisaran harga Rp. 30.000,00 hingga Rp. 80.000,00 Meskipun demikian, kualitas produk yang ditawarkan tetap memenuhi standar yang ada di Jawa Timur

Menurut penelitian yang implementasikan oleh Hadi Arjuna Dan Sarah Ilmi (2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penetapan harga yang tepat dapat menarik perhatian konsumen. Jika harga yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan daya beli konsumen, maka produk tersebut akan lebih dipilih

Penelitian ini relevan dengan studi yang dilakukan sebelumnya oleh Ni'matur Rahmayanti dan Muchammad Saifuddin (2021) yang berjudul Pengaruh Brand Image, Harga, Dan *Fashion Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di *Thriftshop* Online Instagram yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian. Namun pada penelitian Lianita Widyaratna dan Ahmad Zainuri (2023) menyatakan harga tidak memengaruhi keputusan pembelian yang diambil hal yang sama terdapat pada penelitian Sri Mulyana (2021) dengan hasil menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Fashion*.

Kualitas produk menurut Juran adalah kesesuaian agar dapat memenuhi kebutuhan dan memastikan kepuasan pelanggan. Kesesuaian penggunaan produk berarti ketika produk memiliki umur simpan dengan jangka waktu lama, yang meningkatkan nilai atau citra konsumen yang menggunakannya, produk yang tidak mudah rusak, memiliki jaminan kualitas dan sesuai etika penggunaan. (M.N Nasution 2010).

Fenomena menunjukkan bahwa kualitas produk, seperti, keistimewaan produk, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan, berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian dalam industri *fashion thrift*. Keistimewaan produk adalah karakteristik yang membuat produk *thrift* tersebut unik atau lebih menarik dibandingkan produk lain, keistimewaan bisa berupa desain vintage dan merek terkenal yang jarang ditemukan di produk baru. Produk *thrift* yang memiliki keistimewaan tertentu bisa menarik konsumen yang mencari nilai tambah atau keunikan.

Produk *thrift* yang memiliki estetika menarik, seperti desain yang modis atau tampilan yang masih bagus, lebih cenderung menarik perhatian konsumen. Penampilan produk yang baik bisa meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli meskipun produk bekas tersebut. Kualitas yang dipersepsikan adalah persepsi konsumen terhadap kualitas menyeluruh dari produk berdasarkan pengalaman, reputasi merek, dan informasi yang tersedia. Produk *thrift* yang dipersepsikan memiliki kualitas tinggi oleh konsumen akan lebih cepat terjual. Persepsi ini bisa dipengaruhi oleh kondisi fisik produk, merek, dan informasi yang diberikan oleh penjual

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditia Dermawan, (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal sama juga dipaparkan dalam penelitian terdahulu oleh Maya Nur Fauziah dan Hendra Setiawan (2022) kualitas produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap faktor dalam

keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat memengaruhi keputusan untuk membeli dalam konteks *thrift shopping*.

Ada beberapa hal yang membuat pakaian thrift begitu diminati oleh masyarakat yaitu salah satunya karena standar kualitas pakaian thrift impor yang berada dalam kondisi yang sangat baik. Namun, masih ada produk *thrift* yang dijual di pasaran biasanya pakaian yang adalah produk yang gagal (reject) atau barang-barang luar negeri tidak layak jual. Sehingga selain berisiko terhadap kesehatan, sebagian produk juga memiliki risiko fungsional produk yaitu masalah kualitas pakaian yang mungkin sudah jelek dan usang menyebabkan produk *thrift* cepat rusak ketika digunakan. Pihak konsumen yang membeli produk thrift memberikan pendapat bahwa *fashion thrift* menawarkan model yang berbeda, harga ekonomis, merek terkenal, serta produk impor

Faktor ketiga yang menjadi pendukung terhadap keputusan pembelian produk *thrift fashion* adalah *Fashion Lifestyle* atau gaya hidup berpakaian adalah sikap seseorang yang mencakup ketertarikan dan pandangannya terhadap desain (Mubarak & Sanawiri, 2018). *Fashion lifestyle* memiliki dampak yang besar terhadap keputusan pembelian konsumen dalam produk *fashion*. Peningkatan gaya hidup (*lifestyle*) yang semakin tinggi, bersama dengan peran media yang turut mempromosikan tren *fashion* dan gaya hidup, semakin mendorong remaja untuk mengikuti perkembangan *fashion* agar tidak dianggap ketinggalan zaman (Kusumaningtyas, 2009).

Variabel *Fashion lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam konteks *thrift fashion*. Gaya hidup individu, termasuk preferensi mode, nilai-nilai budaya, dan identitas personal, memainkan peran kunci dalam menentukan pilihan pembelian konsumen di *thrift fashion*. Konsumen *thrift fashion* sering kali mencari produk yang mencerminkan gaya hidup mereka yang unik, mencari barang yang unik, berbeda, dan berkelas dengan harga yang terjangkau. Mereka mungkin tertarik pada item vintage, retro, atau berdesain unik yang sesuai dengan identitas *fashion* mereka. Selain itu, konsumen *thrift fashion* juga sering memperhatikan aspek keberlanjutan dan ramah lingkungan, sehingga produk-produk *thrift* yang berkualitas tinggi dan ramah lingkungan memiliki daya tarik tersendiri. Selain itu, kesesuaian produk dengan kegiatan sehari-hari dan acara khusus dalam kehidupan konsumen juga memengaruhi keputusan pembelian mereka di *thrift fashion*.

Ni'matur Rahmayanti dan Muchammad Saifuddin (2021) memaparkan dalam penelitiannya bahwa *Fashion lifestyle* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian. Hal ini relevan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Dermawan, (2020) menyatakan bahwa *fashion lifestyle* memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang telah dilakukan oleh Widyaratna Zainuri (2023) menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh dari variabel *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian pakaian *preloved* di *Thriftshop*

Berdasarkan latar belakang dan keberadaan *gap research* yang mendukung peneliti untuk mengkaji dan meneliti dalam mengenai harga, kualitas produk, dan *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian, sehingga penulis mengambil judul penelitian yaitu “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Fashion lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Thrift Fashion* (Studi Kasus pada Konsumen Thrifting Kota Madiun)**”

B. Batasan Masalah

Beberapa Batasan masalah dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada konsumen thrifthing di Kota Madiun
2. Pembahasan akan mencakup Harga, Kualitas Produk dan *Fashion lifestyle* sebagai variabel independen Terhadap Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen
3. Untuk melihat Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Fashion lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian *Thrift Fashion* (Studi Kasus pada Konsumen Thrifting Kota Madiun)

C. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun?
3. Apakah *fashion lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun?

4. Apakah harga, kualitas produk, dan *fashion lifestyle* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun.
2. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun.
3. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh *fashion lifestyle* terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun.
4. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh harga, kualitas produk dan *fashion lifestyle* secara simultan terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan praktis bagi peneliti. Beberapa manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

a. Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi dosen maupun mahasiswa untuk memberikan sebuah informasi terkait faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian *thrift fashion* di Kota Madiun dan sebagai ajang dalam memperluas wawasan bagi

peneliti selanjutnya pada topik yang sama atau pemantapan atas teori tertentu.

b. Peneliti

Penelitian ini membantu peneliti dalam membuat keputusan pembelian produk *thrift* di Kota Madiun dan membantu mereka mengembangkan dan menerapkan informasi yang diperoleh. selama kuliah.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan atau referensi kepada para penjual, supplier, dan importir produk *thrift*. Selain itu, diharapkan hasilnya akan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menghindari tindakan yang dapat mengakibatkan konsekuensi hukum. merusak masyarakat dan mengutamakan kepentingan konsumen.