

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PAKAIAN BEKAS

Fa'ziyah Maulidah¹⁾ dan Irma Russanti²⁾

¹⁾ Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

²⁾ Sarjana Terapan Tata Busana, Program Vokasi, Universitas Negeri Surabaya

Jl. Ketintang, Ketintang, Kec. Gayungan, Kota SBY, Jawa Timur 60231

e-mail: Fazyahmaulidah22@gmail.com¹⁾, irmarussanti@unesa.ac.id²⁾

ABSTRAK — Pakaian bekas sangat populer, khususnya di daerah perkotaan. Minat beli konsumen terhadap pakaian bekas sangat tinggi, hal ini berkaitan erat dengan gaya hidup masyarakat modern yang selalu mengejar prestige dan faktor range harga yang lebih terjangkau dengan kualitas pakaian bekas yang masih bagus. Gaya hidup yang tinggi sangat mempengaruhi konsumen dalam mengkonsumsi barang, dari faktor gaya hidup sendiri akan berpengaruh juga terhadap kualitas dan harga produk yang ditawarkan, konsumen akan mempertimbangkan kembali kualitas dan harga dari produk tersebut. Minat pakaian bekas semakin tinggi karena adanya trend vintage terutama dikalangan remaja yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.. Studi literatur ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. Studi literatur ini dilakukan menggunakan metode SLR (Systematic Literature review), dengan cara menganalisis beberapa riset yang berkaitan dengan topik penelitian ini untuk kemudian menyimpulkan hasil dari analisis beberapa jurnal tersebut. Hasil studi literatur ini menggambarkan bila minat beli konsumen terhadap pakaian bekas dipicu oleh sejumlah faktor, baik faktor internal ataupun faktor eksternal. Faktor internal mencakup pekerjaan dan gaya hidup, namun tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh akan minat beli konsumen terhadap pakaian bekas yaitu faktor sosial, kualitas dan harga. Faktor yang secara signifikan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas yaitu harga dan kualitas.

Kata kunci : faktor internal, faktor eksternal, pakaian bekas, minat beli

I. PENDAHULUAN

Fashion dijabarkan sebagai gaya yang tengah populer dalam wilayah serta jangka waktu tertentu, *fashion* berkaitan erat dengan istilah *mode* dan *style*. *Fashion* dinilai sebagai satu dari sekian makna yang dimanfaatkan suatu kelompok sosial untuk menyampaikan identitas suatu kelompok sosial pada kelompok sosial lain [1]. Fungsi *fashion* yang awalnya hanya sebagai pelindung tubuh, kini beralih fungsi

sebagai identitas diri di masyarakat, dengan cara mengikuti *trend fashion* yang sedang berlangsung.

Trend merupakan suatu pergerakan kearah mana pasar tengah berjalan, ini memaparkan bila *trend* memiliki sifat dinamis sebab selalu berubah – ubah mengikuti perkembangan zaman [2]. *Trend* bisa dikatan seluruh hal yang ramai diperbincangkan, dikenakan maupun digunakan oleh kebanyakan masyarakat dalam kondisi tertentu. Sehingga dapat didefinisikan bahwa *trend fashion* adalah gaya berpakaian yang populer pada mayoritas masyarakat dalam kurun waktu tertentu. *Trend fashion* yang terus berkembang, menuntut seseorang untuk tetap mengikuti *trend* dengan mengkonsumsi produk *fashion* yang sedang digemari harga yang lebih terjangkau, salah satunya dengan membeli pakaian bekas. Minat seseorang terhadap pakaian bekas sangat tinggi, hal ini berkaitan erat dengan gaya hidup masyarakat modern yang selalu mengejar prestige dan faktor range harga yang lebih terjangkau.

Pakaian bekas yang saat ini menjadi *trend fashion* terutama dikalangan remaja, kepopuleran pakaian bekas semakin menanjak karena kebanyakan masyarakat menganggap pakaian bekas sebagai mode yang unik dan klasik. Sehingga meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk pakaian bekas. Minat beli sendiri merupakan perilaku konsumen yang hadir sebagai reaksi akan suatu obyek yang mengindikasikan adanya hasrat untuk membeli suatu barang pada diri seseorang [3].

Minat beli konsumen adalah permasalahan yang amat kompleks, namun minat beli adalah satu hal utama yang harus diperhatikan karena merupakan penentu dalam suksesnya sebuah pemasaran sebuah produk. Minat beli konsumen dapat timbul sebab adanya rangsangan ataupun pancingan yang ditawarkan oleh penjual, seperti cara promosi dalam memberi harga dan diskon, begitu pula dengan produk yang ditawarkan, ini berkenaan dengan kesesuaian selera dan kebutuhan konsumen terhadap produk.

Aktivitas pembelian terjadi karena adanya minat atau ketertarikan terhadap pakaian bekas, sedangkan

timbulnya ketertarikan terhadap pakaian bekas ini dipicu oleh banyak aspek baik secara internal ataupun eksternal. Sebagai penjual, sangat penting untuk memahami aspek internal dan eksternal yang mempengaruhi minat beli konsumen.

II. METODE PENELITIAN

Studi literatur ini menerapkan metode *SLR* (*Systematic Literature Review*) atau metode tinjauan pustaka, yaitu metode penelitian dengan melakukan identifikasi, penilaian dan penginterpretasian hasil penemuan pada suatu topik penelitian yang ditujukan untuk menguraikan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya [4].

Metode studi literatur ini dilakukan dengan cara menelaah penelitian terkait berbagai aspek yang berpengaruh akan tingkat minat beli konsumen terhadap pakaian bekas, riset terkait dicari menggunakan google scholar dengan kata kunci “faktor yang mempengaruhi minat beli pakaian bekas”, dari tahun 2005 sampai 2021 ditemukan sebanyak 10 peneliti, selanjutnya penelitian terkait yang sudah ditemukan tersebut dianalisis dengan cara mengelompokkan antara aspek internal dan eksternal yang berpengaruh akan minat beli konsumen terhadap pakaian bekas, kemudian dipaparkan dalam bentuk pernyataan deskriptif. Hasil dari beberapa riset terkait, selanjutnya dianalisis untuk menentukan aspek apa saja yang paling berpengaruh secara signifikan pada minat beli konsumen terhadap pakaian bekas.

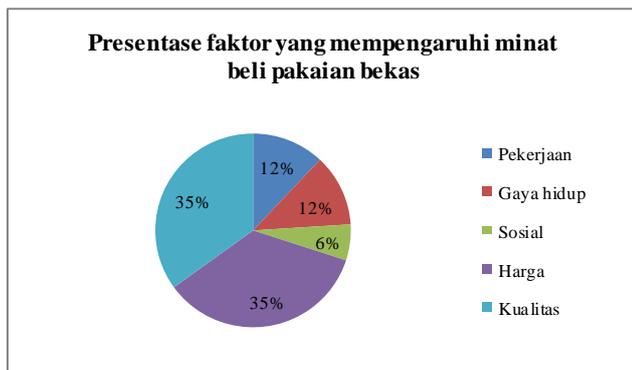
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Bekas

TABEL I
HASIL ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PAKAIAN BEKAS

Referensi	Judul	Faktor Internal yang mempengaruhi		Faktor Eksternal yang mempengaruhi		
		Pekerjaan	Gaya hidup	Sosial	Harga	Kualitas
https://repository.metrouniv.ac.id [14]	Faktor – faktor minat konsumen terhadap baju bekas di toko baju bataman ganjar agung.				√	√
Http://repository.iainpare.ac.id [15]	Minat konsumen dalam memilih pakaian bekas di pasar Sumpang kota Parepare	√		√		√
Http://repository.usd.ac.id [16]	Analisis faktor – faktor minat beli konsumen pada pakaian bekas				√	√
Http://repository.uinjambi.ac.id [17]	Pengaruh gaya hidup dan harga produk terhadap minat beli pakaian second branded		√			
Http://jurnal.umitra.ac.id [18]	Pengaruh harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap pembelian pada <i>thrift store</i> di instagram				√	√

Http://repositor y.usd.ac.id [19]	Analisis faktor – faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian produk baju bekas import	√			
Http://repositor y.uinsu.ac.id [20]	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pakaian bekas (monza) pasar melati Medan		√		√
Http://repositor y.kampusmelay u.ac.id [21]	Pengaruh harga kualitas produk dan brand equility terhadap minat beli konsumen terhadap pakaian bekas		√		√
Https://reposito ry.unpas.ac.id [22]	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah pembelian pakaian bekas konsumen di pasar Gedebage	√		√	
Https://reposito ry.unsimar.ac.i d [23]	Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di Pasar Sentral Poso				
Total		2	2	1	6



B. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

1) Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang dipicu oleh kondisi dalam diri sendiri [5], seperti :

a. Pekerjaan,

Pekerjaan adalah gambaran dari pencerminan tugas-tugas, kewajiban, serta tanggung jawab pada diri masing-masing anggota karyawan terhadap

pekerjaannya [6]. Semakin tinggi tingkat pekerjaan seseorang, semakin tinggi pula tingkat pendapatan seseorang yang otomatis meningkatkan daya beli seseorang terhadap suatu produk.

perbedaan pendapatan seseorang juga mempengaruhi tingkat kebutuhan seseorang. Bagi seorang mahasiswa contohnya, mahasiswa memerlukan pakaian yang modis untuk aktivitas kuliahnya, namun kebanyakan mahasiswa dengan pendapatan atau uang saku yang didapatkan terbatas untuk biaya keperluan kuliah dan biaya hidup, menjadikan mahasiswa memilih alternatif lain dalam memenuhi kebutuhan sandangnya, yaitu salah satunya dengan membeli pakaian bekas, dengan begitu maka mahasiswa dapat lebih menghemat biaya namun tetap dapat memenuhi kebutuhannya, daripada harus membeli

pakaian baru di mall yang harganya jauh lebih tinggi.

b. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup masing-masing individu terkait kegiatan kesehariannya yang digambarkan dalam aktivitas, minat, dan opini [8]. Gaya hidup dipengaruhi berdasarkan lapisan masyarakat yang berbeda, dimana kelompok lapisan kelas atas akan berbeda dengan gaya hidup kelompok lapisan menengah dan kelompok lapisan bawah.

Sikap yang menunjukkan bagaimana cara seseorang hidup, membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu termasuk definisi lain dari gaya hidup. Seseorang yang memiliki gaya hidup tinggi, kebanyakan akan mengikuti berbagai macam *trend* yang sedang berlangsung, terutama dibidang *trend fashion*. Maraknya *trend fashion* di kalangan masyarakat berdampak positif dan negative terhadap keberlangsungan gaya hidup masyarakat. Dampak positif yakni bermunculnya gaya - gaya berpakaian baru yang membuat individu lebih kreatif dan unik. Sedangkan dampak negatif yaitu harus selalu mengikuti perkembangan *trend fashion* yang selalu berubah – ubah disetiap tahunnya. Sehingga menjadikan masyarakat untuk mencari solusi agar tetap mengikuti *trend fashion* yang sedang berlangsung dengan pengeluaran biaya yang relatif rendah. Untuk gaya hidup kalangan atas mungkin akan lebih mudah menjangkau, namun untuk kalangan menengah dan kalangan bawah akan memilih jalan lain untuk tetap mengikuti *trend fashion* namun dengan dana yang cenderung lebih murah, yakni dengan membeli pakaian bekas, mengingat pakaian bekas saat ini selain menjadi sebuah *trend*, juga produk yang ditawarkan memiliki nilai plus sendiri, yaitu bisa mendapatkan pakaian bermerek dengan kualitas yang masih bagus dengan harga yang lumayan jauh dengan harga barunya.

Inilah alasan mengapa gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih mengkonsumsi untuk membeli pakaian bekas ataupun pakaian baru yang ada di toko – toko besar.

c. Motivasi

Dorongan yang timbul dalam diri individu yang melatar belakangi terpicunya hasrat mewujudkan tujuan tertentu. Biasanya didasari oleh kebutuhan dan keinginan dari pribadi seseorang. Dorongan tersebut timbul akibat suatu tekanan dari kebutuhan yang belum terpenuhi[9]. Dengan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut, maka seseorang akan melakukan kegiatan pembelian.

2) *Faktor eksternal*

Faktor eksternal yakni faktor yang bersumber dari luar diri individu, yaitu :

a. Sosial,

Pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti: keluarga, kelompok referensi, peranan serta status[11]. Kelompok referensi disini memiliki arti suatu kelompok yang berpeluang mempengaruhi sikap dan perilaku individu lain baik langsung ataupun tidak langsung. Contohnya keluarga, kemungkinan besar keluarga akan berpengaruh terhadap minat beli seseorang. Namun, ada faktor sosial lain yang lebih berpengaruh pada minat beli seseorang, yaitu teman dekat atau teman bergaul. Bisa disimpulkan bahwa pada dasarnya seseorang akan cenderung meniru suatu perilaku atau gaya hidup yang dimiliki oleh orang terdekat mereka.

Kemungkinan besar, lingkungan sosial seseorang akan mempengaruhi minat seseorang dalam mengkonsumsi sebuah produk, contohnya pakaian bekas. Sebagai bentuk untuk menunjukkan identitas diri seseorang, maka seseorang akan cenderung mengkonsumsi produk yang sama dengan produk yang dikonsumsi kelompok sosial mereka. Ketika seseorang bergaul dengan kelompok pengguna pakaian bekas maka secara perlahan akan mempengaruhi minat seseorang untuk mengkonsumsi pakaian bekas berdasarkan

informasi dan pengaruh dari kelompok pergaulannya tersebut.

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang konsumen berikan demi mendapatkan keuntungan atas kepemilikan maupun digunakannya suatu barang atau jasa. Harga sejak dahulu telah menjadi aspek utama yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk.

Harga juga didefinisikan sebagai variabel yang dapat dikontrol dan mempengaruhi apakah suatu produk akan diterima atau tidak oleh konsumen, harga yang murah akan menarik konsumen untuk membeli [12].

Tidak dapat dipungkiri bahwa harga adalah aspek yang memiliki dampak besar bagi minat beli sebagian besar konsumen pada pakaian bekas. Mayoritas masyarakat cenderung membeli produk dengan harga yang relatif lebih rendah dengan merek yang sama dan kualitas yang bagus. Harga murah adalah salah satu upaya dalam memikat konsumen untuk melakukan pembelian, penetapan harga yang relatif rendah dibandingkan dengan pesaing lain juga dapat mengalihkan perhatian konsumen. Namun, setiap produsen harus tetap memperhitungkan keuntungannya dari setiap penjualan, sehingga harga dan kualitas produk yang ditawarkan bisa berbanding lurus.

Dalam bisnis pakaian bekas, harga menjadi tolak ukur pertimbangan para pembeli karena konsumen bisa mendapatkan pakaian dengan *brand* ternama namun harganya masih terjangkau dikantong. Biasanya untuk kalangan menengah kebawah lebih memilih pakaian bekas menjadi solusi agar tetap *stylish* dan *fashionable* dengan harga yang cenderung lebih murah dibanding harga baju *branded* baru yang ditawarkan di toko.

c. Kualitas produk,

Kualitas produk diartikan sebagai salah satu aspek pendukung terkait pemilihan produk oleh konsumen dengan tujuan untuk dibeli atau dikonsumsi. Kualitas produk yang dijual juga akan mempengaruhi tingkat ketertarikan masyarakat terhadap produk tersebut. Kualitas produk yang diciptakan oleh perusahaan memiliki tujuan tertentu, yaitu untuk mengurangi kerusakan dan meningkatkan nilai suatu produk guna menarik minat beli konsumen.

keadaan sebuah produk yang berfungsi untuk memuaskan konsumen, kualitas produk yang bagus tentunya akan memunculkan minat konsumen dalam melakukan tindakan pembelian merupakan definisi lain kualitas sebuah produk [13].

Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan kualitas. Konsumen yang puas akan kualitas suatu produk akan memiliki keinginan untuk terus melakukan pembelian. Hal utama yang menjadi tolak ukur minat konsumen yaitu bahwa kualitas yang bagus bisa menjadi daya tarik bagi suatu produk dalam memikat konsumen untuk membeli produk pakaian bekas. Pakaian bekas dengan kualitas yang masih bagus akan meningkatkan nilai jual pakaian bekas, diimbangi dengan harga yang sesuai, maka daya tarik minat beli pakaian bekas akan lebih meningkat.

IV. KESIMPULAN

Menurut analisis penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. Faktor internal mencakup pekerjaan dan gaya hidup, namun tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada pakaian bekas yakni faktor sosial, harga dan kualitas. Harga dan kualitas dinyatakan sebagai faktor yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- [1] Widowati, Dewi. (2015). Kajian Desain Old School Fashion Khas Peter Says Denim. Tersedia dalam : <https://repository.upi.ac.id>
- [2] Saputro, Rivaldi L. (2018). Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya. Vol . 7 No.3. Tersedia dalam : <https://journal.unair.ac.id>
- [3] Helmi, Muhammad Sukri. (2016). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV.Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. Jurnal artikel. Tersedia dalam : <https://repository.uma.ac.id>
- [4] Cahyani, Novia Dwi. (2021). Pengaruh Kebiasaan Belajar dan Lingkungan Belajar Terhadap Hasil Belajar. Tersedia dalam : <https://repository.upi.edu>
- [5] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [6] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [7] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [8] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [9] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [10] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [11] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [12] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [13] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [14] Wardhani, Diah Fitri. (2019). Faktor – Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota Metro. Tersedia dalam : <https://repository.metrouniv.ac.id>
- [15] Awalia, Nur. (2019). Minat Konsumen Dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare. Tersedia dalam : <http://repository.iainpare.ac.id>
- [16] Amar, Agustianto. (2015). Analisis Faktor – Faktor Minat Beli Konsumen pada Pakaian Bekas. Tersedia dalam : <http://repository.usd.ac.id>
- [17] Anggraini, Dewi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Second Branded. Tersedia dalam : <http://repository.uinjambi.ac.id>
- [18] Tri, Ganessa. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian pada *Thrift Store* Di Instagram. Tersedia dalam: <http://jurnal.umitra.ac.id>
- [19] Sonia, Anastasia. (2014). Analisis Faktor – Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Baju Bekas Import. Tersedia dalam : <http://repository.usd.ac.id>
- [20] Imsar. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian Bekas (Monza) Pasar Melati Medan. Tersedia dalam : <http://repository.uinsu.ac.id>
- [21] Armel, Yolanda. (2021). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Brand Equility Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. Tersedia dalam: <http://repository.kampusmelayu.ac.id>
- [22] Hakim, Lukmanul. (2018). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Pakaian Bekas Konsumen di Pasar Gedebage. Tersedia dalam: <https://repository.unpas.ac.id>

- [23] Susiyanti, krisna. (2012). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Sentral Poso. Tersedia dalam : [Https://repository.unsimar.ac.id](https://repository.unsimar.ac.id)