

**HUBUNGAN SENSITIVITAS HARGA DAN PERILAKU PRO-  
LINGKUNGAN DENGAN MINAT BELI PAKAIAN BEKAS PADA  
MAHASISWA S1 UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1)  
Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Disusun Oleh:

**Tiara Feniarti Putri**

**30702000210**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

HUBUNGAN ANTARA SENSITIVITAS HARGA DAN PERILAKU PRO-LINGKUNGAN DENGAN MINAT BELI PAKAIAN BEKAS PADA MAHASISWA S-1 UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Tiara Feniarti Putri

30702000210

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Reino Setyaningih, S.Psi., M.Si

17 Mei 2024

Semarang, 17 Mei 2024

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung

UNISULLA  
جامعته الإسلامية  
UNISULLA  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

Reino Setyaningih, S.Psi., M.Si

NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

**Hubungan antara Sensitivitas Harga dan Perilaku Pro Lingkungan dengan Minat Beli Pakaian Bekas pada Mahasiswa S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Tiara Feniarti Putri**

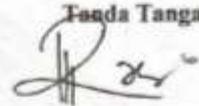
**30702000210**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada 30 Mei 2024

Dewan Penguji

Tanda Tangan

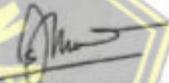
1. Dr. Laily Rahmah, S.Psi., M.Si., Psikolog



2. Zamroni, S.Psi., M.Psi., Psikolog



3. Retno Setyaningsih, S. Psi., M.Si.



Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 30 Mei 2024

**UNISSULA**  
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA



**Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si**  
**NIDN. 210799001**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Tiara Feniarti Putri dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi manapun
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaaan saya dicabut

Semarang, 13 Mei 2024

Yang menyatakan



**Tiara Feniarti Putri**  
30702000210



## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”

**(QS. Al-Baqarah: 286)**

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

**(QS. Ar-Rum: 60)**

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

**(Umar bin Khattab)**

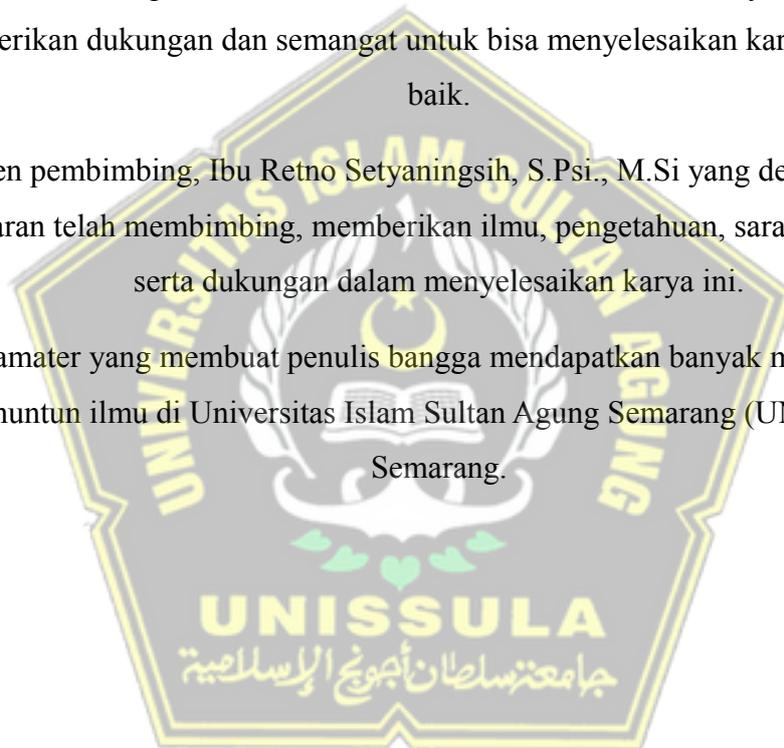


## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya ini kepada yang teristimewa kedua orang tuaku Ayah Tatang dan Bunda Titi sebagai panutan dalam hidupku yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai mimpi dan cita-cita penulis. Serta adikku, Tazkia Annisa Dwitami yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk bisa menyelesaikan karya ini dengan baik.

Dosen pembimbing, Ibu Retno Setyaningsih, S.Psi., M.Si yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, memberikan ilmu, pengetahuan, saran dan nasehat serta dukungan dalam menyelesaikan karya ini.

Almamater yang membuat penulis bangga mendapatkan banyak makna dalam menuntun ilmu di Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) Semarang.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan atas kehendak-Nya maka penulis dapat menyelesaikan dengan baik salah satu syarat guna memperoleh gelar S-1 Sarjana Psikologi. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Penulis mengakui bahwa dalam proses penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan seperti apa yang diharapkan. Dalam penyusunan ini tentu saja penulis mengalami banyak kesulitan dan hambatan, akan tetapi berkat bantuan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak yang membersamai penulis, maka penulis dapat menyelesaikan ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Akhirnya dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam memberikan kemudahan dalam proses akademik serta apresiasi dan motivasinya terhadap mahasiswa untuk terus berprestasi.
2. Ibu Retno Setyaningsih, S.Psi., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu selama berkuliah di Fakultas Psikologi UNISSULA, serta memberikan arahan dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam memberikan ilmu kepada penulis yang sangat bermanfaat hingga saat ini dan kemudian hari sehingga penulis mendapatkan pengetahuan dan pengalaman.
4. Bapak dan Ibu Staff Tata Usaha serta Perpustakaan Fakultas Psikologi UNISSULA yang telah memberikan kemudahan dalam mengurus proses administrasi sejak awal perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.

5. Seluruh subjek dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa/i aktif S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk mengisi skala dan menjadi subjek pada penelitian penulis.
6. Ayah dan Bundaku Tatang Effendi dan Titi Sumiarti yang telah membesarkan, merawat, mendidik, selalu mendukung apapun yang saya lakukan dan kasih sayang yang diberikan, yang tidak pernah berhenti memberikan do'a dan nasihat. Terimakasih sudah menjadi orang tua yang hebat dan sabar. Semoga selalu diberkahi Allah SWT. Serta adikku, Tazkia Annisa Dwitami yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi
7. Keluarga besar Cirebon yang selalu memberikan doa terbaik dan selalu memberikan dukungan, motivasi, dan selalu mengingatkan penulis untuk tetap beribadah kepada Allah SWT.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Azka Fayyadh Dhafin Sampurno yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
9. Kepada Fernanda Sabatini dan Ananda Meisya yang sudah memberikan banyak gambaran dan ilmu baru kepada penulis yang memudahkan skripsi ini berjalan dengan baik. Bukan hal yang mudah untuk cepat dan terpacu untuk merangkai kalimat di skripsi dan menghitung SPSS dengan baik.
10. Teman-teman seperjuanganku, Tamara, Resa, Ekky, Langit, dan Talitha yang selalu menyemangati, memotivasi, dan selalu ada di saat penulis membutuhkan tempat untuk menghilang sebentar dari skripsi ini.
11. Keluarga di perkuliahan, BEM periode 2021/2022 dan periode 2022/2023 yang sudah menjadi bagian baruku dalam segala hal. Belajar banyak hal

saat bersama kalian. Terima kasih warna, cerita, pengalaman dan kenangan yang sangat luar biasa ini

12. Teman-temanku di kelas D angkatan 2020, terima kasih sudah memberikan warna yang indah dan bermakna selama kita dalam lingkup satu kelas selama perkuliahan di Fakultas Psikologi UNISSULA.
13. Semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa dan dukungannya, segala doa yang baik akan kembali kepada kalian semua.
14. *Last but not least*, terimakasih yang sebesar-besarnya untuk penulis, Tiara Feniarti Putri karena telah berjuang sejauh ini dengan melawan rasa lelah dan sudah kuat dalam segala hal. Terima kasih sudah selalu semangat, tetap bertahan, selalu sehat, dan melawan ego serta *mood* yang tidak tentu selama proses perkuliahan hingga proses skripsi ini selesai. *So proud of me*. Apapun yang terjadi tetaplah menjadi kuat untuk dirimu sendiri, ya. Mari bekerjasama untuk terbang lebih tinggi lagi dan menjadi pribadi yang selalu lebih baik setiap harinya.

Demikian skripsi ini penulis ajukan, semoga dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi khususnya bidang psikologi sosial dan penulis juga menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini. Mohon maaf atas segala kekurangan dan segala perhatian saya ucapkan terima kasih.

Semarang, 15 Mei 2023

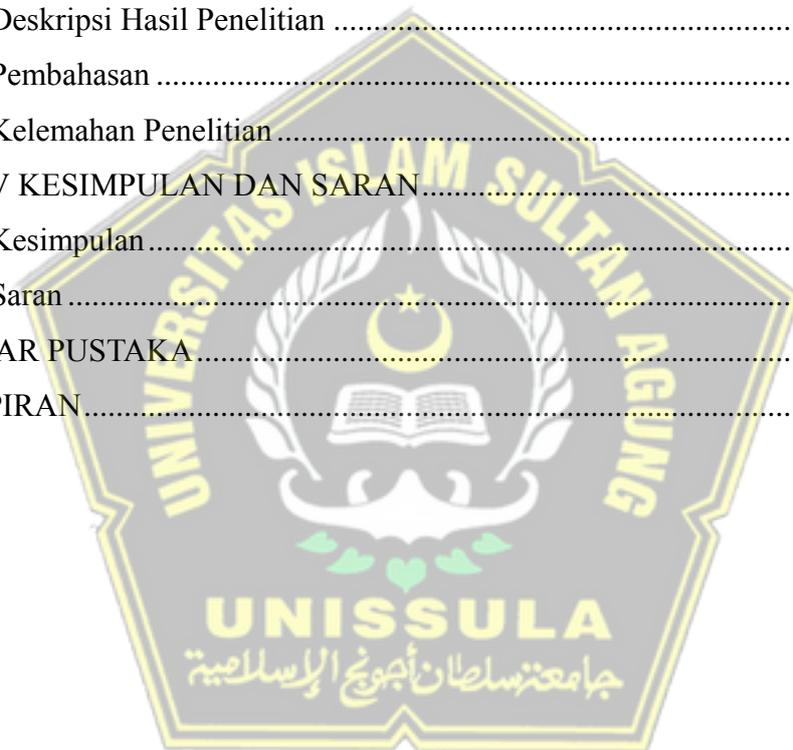
Penulis,

**Tiara Feniarti Putri**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Minat Beli Pakaian bekas.....	10
B. Sensitivitas Harga.....	18
C. Perilaku Pro-Lingkungan.....	20
D. Hubungan antara Sensitivitas harga dan Perilaku Pro-Lingkungan dengan Minat Beli Pakaian bekas.....	24
E. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	27
B. Definisi Operasional.....	27
C. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel.....	28

D. Metode Pengumpulan Data .....	33
E. Validitas, Uji Diskriminasi Aitem, dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur .....	35
F. Teknik Analisis Data.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Orientasi Kancah dan Persiapan Penelitian .....	38
B. Persiapan Penelitian.....	39
C. Pelaksanaan Penelitian .....	46
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	47
E. Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
F. Pembahasan .....	55
G. Kelemahan Penelitian.....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Data Jumlah Mahasiswa S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2023/2024 .....	29
Tabel 2. Blueprint Skala Minat Beli Pakaian Bekas .....	34
Tabel 3. Blueprint Skala Sensitivitas Harga .....	34
Tabel 4. Blueprint Skala Perilaku Pro-Lingkungan .....	35
Tabel 5. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala Minat Beli Pakaian bekas .....	41
Tabel 7. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala Perilaku Pro-Lingkungan.....	42
Tabel 8. Data Mahasiswa UNISSULA yang Menjadi Subjek Uji Coba .....	42
Tabel 9. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Pada Skala Minat Beli Pakaian Bekas .....	43
Tabel 10. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Pada Skala Sensitivitas Harga .....	44
Tabel 11. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Pada Skala Perilaku Pro-Lingkungan .....	45
Tabel 12. Sebaran Nomor Aitem Skala Minat Beli Pakaian Bekas .....	45
Tabel 13. Sebaran Nomor Aitem Skala Perilaku Pro-Lingkungan .....	46
Tabel 14. Data jumlah mahasiswa/i aktif angkatan 2023/2024 mengisi skala penelitian.....	47
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas.....	48
Table 16. Norma Kategorisasi Skor .....	51
Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Minat Beli Pakaian Bekas .....	51
Tabel 18. Kategori Skor Minat Beli Pakaian Bekas.....	52
Tabel 20. Kategori Skor Sensitivitas Harga .....	53
Tabel 21. Deskripsi Skor pada Skala Perilaku Pro-Lingkungan .....	54
Tabel 22. Kategori Skor Perilaku Pro-Lingkungan.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Impor Pakaian bekas Indonesia .....	3
Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Minat Beli Pakaian Bekas .....	52
Gambar 3. Norma Kategorisasi Sensitivitas Harga.....	53
Gambar 4. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Pro-Lingkungan .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Uji Coba.....	66
Lampiran 2. Tabulasi Data Skala Uji Coba.....	75
Lampiran 3. Uji Daya Beda Aitem dan estimasi Reliabilitas Skala Uji Coba .....	85
Lampiran 4. Skala Penelitian .....	90
Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian .....	98
Lampiran 6. Uji Analisis Data Penelitian.....	135
Lampiran 7. Surat Izin Penelitian.....	140



**HUBUNGAN ANTARA SENSITIVITAS HARGA DAN PERILAKU PRO-  
LINGKUNGAN DENGAN MINAT BELI PAKAIAN BEKAS PADA  
MAHASISWA S1 UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG**

Tiara Feniarti Putri

Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email : [tiarafeniartip@std.unissula.ac.id](mailto:tiarafeniartip@std.unissula.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Sampel penelitian berjumlah 359 orang. *Sampling* yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*. Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan tiga skala. Skala minat beli pakaian bekas terdiri dari 27 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,937. Skala sensitivitas harga terdiri dari 6 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,772. Skala perilaku pro-lingkungan terdiri dari 25 aitem dengan koefisien reliabilitas 0,933. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan korelasi parsial. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas dengan  $R = 0,628$  dan  $F_{hitung} = 115,740$  dengan taraf signifikansi 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hasil uji korelasi pertama antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas diperoleh skor  $r_{x1y} = 0,193$  dengan signifikansi = 0,000 ( $p < 0,01$ ), artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas. Hasil uji korelasi kedua antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas diperoleh skor  $r_{x2y} = 0,608$  dengan signifikansi = 0,000 ( $p < 0,01$ ), artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas. Sumbangan efektif variabel variabel sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan terhadap minat beli pakaian bekas 39,4%.

**Kata Kunci** : Minat Beli Pakaian Bekas, Sensitivitas Harga, Perilaku Pro-Lingkungan

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PRICE SENSITIVITY AND PRO-ENVIRONMENTAL BEHAVIOR WITH INTEREST IN BUYING USED CLOTHING IN UNDERGRADUATE STUDENTS OF SULTAN AGUNG ISLAMIC UNIVERSITY SEMARANG**

Tiara Feniarti Putri

*Faculty of Psychology*

*Sultan Agung Islamic University Semarang*

Email : [tiarafeniartip@std.unissula.ac.id](mailto:tiarafeniartip@std.unissula.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between price sensitivity and pro-environmental behavior with interest in buying used clothing at Sultan Agung Islamic University Semarang. This research uses quantitative method. The population in this study were all active undergraduate students of Islamic Sultan Agung University Semarang. The research sample amounted to 359 people. Sampling used was Proportionate stratified random sampling. The measuring instrument in this study used three scales. The used clothing purchase intention scale consists of 27 items with a reliability coefficient of 0,937. The price sensitivity scale consists of 6 items with a reliability coefficient of 0,772. The pro-environmental behavior scale consists of 25 items with a reliability coefficient of 0,933. Data analysis techniques using multiple regression analysis and partial correlation. The results showed there was a relationship between price sensitivity and pro-environmental behavior with interest in buying used clothes with  $R = 0,628$  and  $F_{count} = 115,740$  with a significance level of 0,000 ( $p < 0,01$ ). The results of the first correlation test between price sensitivity and interest in buying used clothing obtained a score of  $r_{x1y} = 0,193$  with significance = 0,000 ( $p < 0,01$ ), meaning that there is a positive and significant relationship between price sensitivity and interest in buying used clothing. The results of the second correlation test between pro-environmental behavior and buying interest in used clothing obtained a score of  $r_{x2y} = 0,608$  with significance = 0,000 ( $p < 0,01$ ), meaning that there is a positive and significant relationship between pro-environmental behavior and buying interest in used clothing. The effective contribution of price sensitivity variables and pro-environmental behavior to buying interest in second-hand clothes is 39,4%.*

**Keywords:** *Used Clothing Purchase Intention, Price Sensitivity, Pro-Environmental Behavior*

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, globalisasi secara tidak langsung memberikan pengaruh dan perubahan pada masyarakat secara signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Kebutuhan masyarakat dan kemudahan dalam mengakses suatu informasi membuat masyarakat mengikuti arus globalisasi, salah satunya yaitu kemudahan akses informasi mengenai kebutuhan mode atau *fashion* yang dapat memungkinkan pertumbuhan industri *fashion* di Indonesia melalui berbagai *platform online* yang membuat pertukaran budaya dan gaya, serta mempercepat penyebaran tren mode pada masyarakat (Preau 2020). Penyebaran tren yang cepat ini dapat memperdagangkan pakaian bekas dari berbagai negara, memperluas pilihan dan akses bagi konsumen yang peduli akan mode berkelanjutan. Hal ini lah yang membuat kebutuhan akan *fashion* atau gaya busana seseorang terus berkembang dari waktu ke waktu, terutama bagi generasi saat ini. Perkembangan teknologi dan media sosial dapat mempengaruhi cara individu berbelanja dan berpakaian, hal ini juga membuka jalan bagi tren *fashion*, salah satunya yaitu fenomena *thrifting*. *Thrifting* merupakan sebuah kegiatan untuk membeli barang-barang bekas, terutama pakaian.

Mahasiswa sejatinya membutuhkan pakaian yang dapat menunjang penampilannya agar terkesan formal dan elegan, sebagaimana mahasiswa dituntut untuk tampil rapih, sopan, dan tentunya menarik agar kedepannya ketika memasuki dunia kerja mahasiswa sudah terbiasa menampilkan diri secara meyakinkan dan formal, untuk itu mahasiswa membutuhkan pakaian yang kondusif untuk menunjang penampilan tersebut. Kebutuhan akan pakaian yang dapat membiasakan diri mahasiswa berpenampilan yang formal dan meyakinkan dapat mendorong mahasiswa untuk membeli pakaian-pakaian kondusif untuk menunjang hal tersebut. Faktanya, mahasiswa sering menghadapi berbagai permasalahan terkait kebutuhan *fashion* terutama pada

keterbatasan anggaran yang dihadapi. Hal ini dikarenakan mahasiswa belum memiliki pekerjaan, baik itu pekerjaan penuh waktu maupun paruh waktu, sehingga mahasiswa masih mengandalkan uang saku dari orangtua. Oleh karena itu, mahasiswa mencari alternatif lain yaitu dengan menggunakan *fashion thrift* atau pakaian bekas.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *thrift clothes* atau baju bekas merupakan pakaian yang dapat berguna sebagai penutup bagian tubuh manusia yang sudah pernah dipakai sebelumnya oleh orang lain. Pakaian bekas pada umumnya dibeli oleh orang-orang yang memiliki penghasilan rendah sebagai barang murah (Cervellon dkk 2012). Fenomena *thrifting* atau pakaian bekas ini ramai dilakukan oleh generasi muda saat ini dengan rentang usia 18-25 tahun, yang didominasi oleh mahasiswa (Agustian dkk 2023). Mahasiswa menggunakan *fashion thrift* atau pakaian bekas ini bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan penampilannya saja, tetapi untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dengan mengikuti tren *Outfit Of The Day* (OOTD), yaitu suatu fenomena di media sosial di mana individu membagikan foto pakaian yang mahasiswa kenakan pada hari itu. OOTD menjadi cara populer bagi orang untuk mengekspresikan gaya pribadi mahasiswa, mendapatkan inspirasi dari orang lain, dan membangun komunitas di sekitar minat bersama dalam *fashion* (Bringe 2023). Namun, di Indonesia impor pakaian bekas masih dilakukan secara ilegal, hal itu disebabkan rendahnya tingkat pengawasan pada impor pakaian bekas oleh pemerintah. Penyelundupan impor tersebut masih menjadi permasalahan bagi Indonesia, karena banyaknya oknum-oknum tidak bertanggung jawab yang memperdagangkan pakaian bekas (*thrifting*) impor demi keuntungan pribadi.

Dampak lainnya bagi industri tekstil dalam negeri yaitu terjadinya penurunan permintaan, karena masyarakat cenderung memilih membeli pakaian bekas impor dengan harga yang lebih murah. Hal ini mengakibatkan tingginya volume impor ke Indonesia yang menyebabkan terjadinya defisit perdagangan, jika volume impor lebih besar daripada nilai ekspor. Kemendag (Wikansari, 2023) juga mengatakan bahwa akan ada dampak kesehatan pada

pembelian pakaian bekas ilegal. Menurut tes yang dilakukan di laboratorium, bahwa pakaian bekas atau pakaian yang tidak digunakan dalam waktu yang lama memiliki jamur berbahaya, seperti jamur kapang. Menurut Balai Pengujian Mutu Barang (Wikansari, 2023) jamur jenis ini bisa berdampak buruk bagi kesehatan tubuh manusia menyebabkan gatal-gatal, alergi, dan efek beracun iritasi pada kulit. Jenis jamur ini juga tidak mudah hilang meski dicuci berkali-kali.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, impor pakaian bekas di Indonesia mencapai 26,22 ton dengan nilai US\$272,146 pada 2022. Jumlah tersebut meningkat 230,40% dibandingkan pada tahun sebelumnya, dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Data Impor Pakaian bekas Indonesia  
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Dari data diatas, tingginya impor pakaian bekas di Indonesia terjadi karena adanya minat *fashion* yang tinggi. *Fashion* atau pakaian ini digunakan untuk menunjukkan identitas sosial seseorang yang dapat dilihat dari penampilan untuk gaya keseharian dalam melakukan semua aktifitas. Pakaian bekas dapat dijadikan kebutuhan sehari-hari, dari tren *fashion* yang semakin berkembang ini tentunya membuat penjual pakaian bekas cenderung melakukan impor pakaian bekas untuk memenuhi preferensi *fashion* masyarakat Indonesia dan juga karena produk impor memiliki berbagai jenis pakaian bekas yang tersedia, sesuai dengan preferensi individu dalam memilih gaya berpakaian yang sesuai dengan keinginan mahasiswa. Kalangan anak muda umumnya membeli berbagai jenis pakaian bekas seperti *hoodie*,

*crewneck*, kemeja, celana jeans, rok, dan lainnya mengikuti *trend* serta keinginan individu masing-masing (Athirah 2022).

Hal menjadi selaras dengan penyebab tingginya minat beli pakaian bekas yang terjadi di kalangan masyarakat khususnya pada mahasiswa saat ini. Berdasarkan fenomena pakaian bekas yang terjadi di kalangan mahasiswa. Peneliti melakukan studi pendahuluan dengan menggunakan metode wawancara pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Didapatkan hasil sebagai berikut:

Subjek 1 (TPH 21 Tahun Fakultas Psikologi), berjenis kelamin perempuan.

*“aku tau thrift dari sosial media kaya instagram gitu, awalnya aneh juga karena ko barang bekas dijual tapi setelah coba sekali beli aku jadi suka thrift, karena menurutku pakaian bekas salah satu opsi aku untuk membeli baju dengan harga yang murah tapi kualitasnya bagus, apalagi kalo udah dapetin yang branded, rasanya ada kepuasan tersendiri. Apalagi sekarang juga kan lagi boomingnya cinta lingkungan ya, jadi menurutku pakaian bekas jadi pilihan paling aman”.*

Subjek 2 (THA 21 Tahun Fakultas Teknik), berjenis kelamin perempuan.

*“aku tahu thrift awalnya dari sosial media gitu, waktu zaman pandemi itu kan sempet booming tentang thrift ini jadi mulai tahu dari situ. Sebenarnya aku suka banget thrift tapi belum kesampean aja untuk belanja dan benar benar cari produk thrift, karena ya menurutku juga thrift itu salah satu produk yang worth it untuk dibeli, kaya kita bisa dapetin barang branded dengan harga murah itu kan jadi salah satu hal yang bikin menarik dari thrift itu. Terus dari thrift itu kan barang bekas yang dijual lagi, diolah lagi sebagai salah satu mata pencarian orang-orang juga, itu kan bisa jadi salah satu cara kita sebagai manusia untuk menjaga lingkungan, soalnya aku pernah baca di instagram kalo thrift membantu mengurangi dampak pencemaran lingkungan gitu si”*

Subjek 3 (NH 20 Tahun Fakultas Ekonomi), berjenis kelamin perempuan.

*“aku tahu thrift dari temen, aku sebenarnya ga terlalu suka thrift, tapi pernah coba beli sekali. Karena menurutku untuk membeli thrift juga perlu banyak pertimbangan seperti kualitas, harga, dan modelnya. Tapi untuk kaum mahasiswa seperti aku pribadi ya thrift sangat cocok. Terus yang aku suka dari thrift selain harganya yang terjangkau juga membantu mengurangi limbah tekstil karena produk yang dijual itu kan bekas terpakai, jadi ga asal dibuang gitu aja”*

Subjek 4 ( F 21 tahun Fakultas Hukum), berjenis kelamin perempuan.

*“aku sendiri gatau sebenarnya tau thrift darimana, tapi dulu banyak yang ngomongin dari temen temen. Dari aku sendiri kurang cocok dan kurang suka sama thrift, alasannya karena kesehatan, soalnya kita gatau kan itu bekas apa dan orang sebelumnya punya penyakit atau engga. Tapi kalo dibilang setuju atau engga dengan thrift, aku setuju banget itu bener bener membantu mengurangi pencemaran lingkungan, bayangin aja setiap tahunnya ada model baru dari fashion itu sendiri, sebanyak apa sampahnya. Thrift juga sebenarnya punya model yang menarik dan dari harganya sendiri sangat terjangkau, tapi ya balik lagi dengan kepercayaan diri masing-masing ya, kalo dari aku, tetap lebih suka fast fashion karena faktor kesehatan tadi, tapi aku juga belum tahu kedepannya mungkin akan beralih memakai produk thrift”.*

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa mahasiswa memiliki minat beli pada pakaian bekas didorong oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti faktor internal yaitu gaya hidup, keinginan untuk tampil sopan, rapih dan menarik. Kebutuhan akan *fashion* dan juga faktor-faktor eksternal seperti harga, kualitas produk, model produk, dan juga faktor lingkungan. Dalam hasil survei Goodstats (2022) mengenai preferensi minat beli pakaian bekas anak muda Indonesia yang melibatkan 261 responden, mayoritas responden atau sekitar 49,4% mengaku pernah membeli baju bekas dari hasil *thrifting*. Sementara sebanyak 34,5% belum pernah mencoba *thrifting*. Sedangkan sisanya sebanyak 16,1% tidak akan pernah mencoba membeli barang *thrifting*. Hal tersebut berkaitan dengan adanya hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas yang dimiliki individu, terutama pada mahasiswa. Di era seperti sekarang, mahasiswa cenderung dituntut untuk tampil rapih, sopan dan menarik, tapi dengan biaya yang terjangkau dan tidak merusak lingkungan. Pakaian ini memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat yaitu selain pro-lingkungan dan juga harga yang relatif murah, umumnya pakaian bekas sisa import ini memiliki merek-merek yang sudah diakui kualitasnya dan dengan model yang tidak ketinggalan zaman (Wati, 2019). Dengan demikian, sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan menjadi pembahasan yang menarik untuk dikaitkan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa.

Sensitivitas harga mengacu pada sejauh mana seorang konsumen menyukai dan mencari harga yang lebih rendah (Anglin, 1994) atau bagaimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam penerimaan suatu produk (Goldsmith dan Newell 1997). Minat beli pakaian bekas dipengaruhi oleh sensitivitas harga, sehingga sensitivitas harga termasuk dalam faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas. Sensitivitas harga bersifat subjektif karena harga juga dilatarbelakangi oleh kondisi ekonomi dan lingkungan tiap individu yang tentunya berbeda-beda. Tidak jarang pula konsumen menilai produk tersebut adalah produk yang berkualitas sehingga wajar bila memerlukan pengorbanan yang lebih tinggi. Lain halnya dengan harga pakaian bekas walaupun harga yang ditawarkan lebih murah dengan kualitas yang bagus konsumen pakaian bekas lebih dominan karena alasan gaya hidup sehingga membeli pakaian bekas sebagai penunjang penampilan sehari-hari (Afiany & Fajari, 2022).

Minat beli konsumen bukan hanya berkaitan dengan harga dapat juga karena memiliki kepercayaan (*belief*) terhadap atribut suatu produk ramah lingkungan, dimana produk tersebut merupakan *image* yang melekat dalam produk dipilih oleh konsumen, *image* produk yang telah menjadi kepercayaan konsumen akan mempengaruhi perilaku (*behavior*) seorang konsumen untuk melakukan berbagai motif pembelian yang membentuk sikap konsumen sehingga akan menimbulkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Kerajinan pakaian sekarang membutuhkan bahan daya yang lebih besar. Contohnya menghabiskan sekitar 1.800 galon udara untuk membuat 1 celana jeans saja. Sebelumnya, ada jenis piyama lain, seperti rok, kaos, dan beberapa jenis yang lebih besar (Arrazzaqy & Lukiarti, 2023). Perilaku pro-lingkungan menumbuhkan kesadaran pentingnya menjaga lingkungan. *Thrifting* dapat membantu mengurangi penggunaan sumber daya, termasuk air dan energi lainnya sehingga lebih hemat, dengan adanya *thrifting* dapat mengurangi sampah pakaian di tempat pembuangan, mengurangi penggunaan sumber daya dan mengurangi polusi air dan tanah. Angelovska dkk., (Lukiarti, 2019).

Perilaku pro-lingkungan yaitu prediktor yang memungkinkan perilaku pembelian produk ramah lingkungan dan dapat menjadi faktor penting dalam proses minat beli pakaian bekas. Menurut Dunlap & Jones (2020), perilaku pro-lingkungan mengacu pada sejauh mana individu menyadari masalah lingkungan dan memecahkan masalah lingkungan dengan menunjukkan ketersediaan individu secara pribadi yang berpengaruh pada lingkungan. Perilaku pro-lingkungan adalah istilah yang digunakan para ahli untuk menggambarkan perilaku yang merugikan lingkungan sedikit mungkin, tetapi memberikan manfaat yang besar bagi lingkungan (Steg, L., & Vlek 2009). Data dari kantar menunjukkan bahwa terdapat peningkatan kepedulian konsumen Indonesia terhadap lingkungan dari tahun 2019 ke 2020 naik sebesar 112%. Konsumen di Indonesia kini telah mulai menyadari pentingnya gaya hidup yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, hasil data tersebut relevan dengan tren pakaian bekas yang menjadi penting untuk membuat pemasar mengetahui apa saja faktor-faktor yang dapat mendorong minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. Seperti yang telah dikemukakan pada penelitian sebelumnya, konsumen akan melalui beberapa proses sebelum memutuskan untuk membeli sesuatu (Widodo dan Devica 2022). Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan pembelian pakaian bekas, diantaranya yaitu sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan (Setiawan dan Kusumawardani 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hakim & Irwan 2021) menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga, pendapatan, dan perilaku pro-lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pembelian pakaian bekas pada konsumen di pasar Gedebage. Secara simultan harga, pendapatan, dan perilaku pro-lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah pembelian sebesar 62%. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu terletak pada variabel bebas penelitian dimana pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Setiawan dan Kusumawardani 2021) dan (Cervellon dkk 2012)

menggunakan variabel bebas seperti perilaku konsumen, kualitas, merk, gaya hidup, tingkat pendapatan, dan citra merk sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan yang memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana mahasiswa memprioritaskan dan menyatukan antara kebutuhan finansial dan lingkungan. Perbedaan lainnya terletak pada subjek penelitian dimana penelitian sebelumnya yang dilakukan (Widodo dan Devica 2022) menggunakan subjek remaja sedangkan pada penelitian ini menggunakan subjek mahasiswa Unissula. Penelitian ini menggabungkan aspek ekonomis dan ekologis dalam memahami perilaku konsumen. Penelitian ini unik karena tidak hanya menilai faktor harga sebagai motivasi utama, tetapi juga mengintegrasikan kesadaran lingkungan sebagai variabel penting yang mempengaruhi keputusan membeli.

Untuk memperluas pemahaman dalam mengeksplorasi tren dan fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa saat ini, diperlukan penelitian yang bersifat komprehensif. Penelitian ini difokuskan untuk menguraikan dan menganalisis tingkat sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan sebagai faktor utama dalam kecenderungan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa. Dengan demikian, hasil temuan dari penelitian ini diarahkan agar dapat memberikan dasar yang kuat sebagai panduan preferensi *fashion* yang lebih ramah lingkungan di kalangan mahasiswa saat ini. Selain itu, temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan dan landasan yang kuat untuk penelitian berikutnya.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

### **D. Manfaat penelitian**

Manfaat pada penelitian ini yaitu :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Pada penelitian yang dilakukan ini, peneliti berharap dapat membantu dari segi memperkaya hasil-hasil penelitian yang sudah ada dan peneliti dapat membagikan informasi yang berhubungan dengan penelitian tentang hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas yang menggunakan subjek mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

#### **2. Manfaat Praktis**

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang cukup untuk peneliti selanjutnya. Tidak hanya itu, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk orang lain, sebagai bentuk pengetahuan tentang ketertarikan hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Minat Beli Pakaian bekas

##### 1. Definisi Minat Beli Pakaian bekas

Minat Beli terdiri dari dua suku kata yaitu Minat dan Beli. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah suatu kecenderungan hati yang tinggi, gairah atau keinginan terhadap sesuatu. Sedangkan, beli yaitu memperoleh sesuatu melalui penukaran (pembayaran) dengan uang. Minat beli atau keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa adalah salah satu bentuk dari perilaku konsumen. Bentuk konsumen dari minat beli adalah konsumen potensial, yaitu konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian pada masa sekarang dan dapat disebut sebagai calon pembeli (Caniago dan Rustanto 2022).

Menurut (Wibowo 2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan sebuah produk yang ditawarkan. Menurut (Kotler dan Keller, 2009) Definisi minat beli yaitu sebuah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Minat beli konsumen sebagai *“willingness and decision expressed by consumers in the process of actual purchase* (Cong dan Zheng 2017). Minat beli dapat sewaktu-waktu berubah dengan adanya pengaruh dari faktor eksternal seperti informasi mengenai pengalaman konsumen saat membeli suatu produk, maupun faktor internal seperti kondisi keuangan. Minat beli juga dapat diartikan sebagai keinginan pelanggan untuk membeli suatu produk atau mencoba suatu jasa (Keni 2019).

Minat dapat dijelaskan sebagai keadaan individu sebelum melakukan suatu tindakan yang bisa menjadi dasar untuk memperkirakan apa yang akan dilakukan. Minat beli dapat mencakup rencana seorang konsumen

dalam membeli produk tertentu dan seberapa banyak unit produk yang dibutuhkan dalam jangka waktu tertentu. Dalam hal ini, minat beli dapat disimpulkan sebagai ungkapan pikiran dari konsumen yang merencanakan untuk membeli sejumlah produk dengan merek tertentu (Athirah 2022)

*Thrifting* merupakan kegiatan jual beli barang bekas seperti pakaian, dimana saat ini telah menjadi fenomena yang diminati oleh berbagai kalangan karena dianggap menguntungkan (Aswadana 2022). Mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang sangat tertarik pada aktivitas ini karena mahasiswa memfokuskan perhatian pada gaya berpakaian individu. Barang-barang dalam *thrifting* sendiri dianggap memiliki gaya yang unik, hal ini tentunya sangat diminati oleh para mahasiswa karena harganya terjangkau.

Pakaian bekas atau yang disebut juga *fashion thrift* merupakan pakaian yang sudah dipakai sebelumnya oleh seseorang kemudian dijual untuk dapat digunakan kembali. *Thrift* berasal dari kata *thrive* yang berarti berkembang atau maju. Kata *thrifty* sendiri yang dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien. Sehingga *thrifting* dapat diartikan pula sebagai suatu kegiatan membeli barang bekas. *Thrifting* memiliki bahasa gaul yaitu “*awul-awul*” (Firdausi, 2021). *Thrift* yaitu barang second atau bekas yang tentunya memiliki kondisi yang sudah tidak 100% mulus, namun tidak bisa dipungkiri bahwa barang bekas juga masih terlihat baru. Oleh karena itu, ada kepuasan pribadi saat bisa mendapatkan barang yang bagus atau langka dengan setengah harga atau lebih murah (Ghilmansyah dkk., 2022). Belanja pakaian bekas dapat dilakukan secara *online* (melalui platform media sosial) atau bisa langsung beli secara *offline* (datang ke toko pakaian bekas).

pakaian bekas memiliki keunikannya tersendiri, orang-orang melihat dan menilai bahwa pakaian bekas memiliki daya tarik dan daya jualnya sendiri, karena pakaian bekas tidak memiliki model yang sama atau pasaran seperti produk *fast fashion*. Hal ini, dapat memberikan

kepercayaan diri bagi pengguna pakaian bekas untuk memakainya. Keunikan dari baju bekas tentunya tidak hanya terletak pada barang-barangnya yang tidak biasa, karena setiap individu memiliki selera *fashion* yang berbeda-beda sehingga membuat gaya tersendiri dalam menggunakan pakaian (Firdausi 2021)

Dengan demikian, minat beli pakaian bekas merupakan kecenderungan individu untuk memilih suatu produk pakaian bekas yang telah digunakan sebelumnya, produk pakaian bekas biasanya dapat ditemukan di toko-toko barang bekas, bazaar, atau pasar loak. Istilah pakaian bekas sendiri merujuk pada kegiatan berbelanja yang lebih hemat biaya, dimana seseorang dapat menemukan pakaian, aksesoris, atau barang fashion lainnya dengan harga yang lebih terjangkau daripada harga penuh di tok-toko ritel.

## **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli**

Menurut (Swastha 2005) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli, dalam hal ini tentunya berhubungan dengan perasaan dan emosi. Jika seseorang merasa senang dan puas dalam memberi barang atau jasa maka itu akan memperkuat minat membeli seorang konsumen, begitu pula sebaliknya jika konsumen merasa ketidakpuasan maka biasanya akan menghilangkan minat membeli. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Syahputri dan Marliyah 2023) bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli, salah satunya adalah faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi dari minat beli mahasiswa pada *thrift* shop.

### **a. Faktor Internal**

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

#### **1) Pekerjaan**

Pekerjaan adalah gambaran dari suatu kewajiban serta tanggung jawab diri masing-masing sebagai anggota karyawan terhadap pekerjaannya (Wardhani 2019). Semakin tinggi tingkat

pekerjaan seseorang maka akan semakin tinggi pula pendapatannya, yang dimana hal ini akan otomatis meningkatkan daya beli seseorang terhadap suatu produk.

Perbedaan pendapatan seseorang juga akan mempengaruhi tingkat kebutuhan seseorang. Contohnya, bagi seorang mahasiswa memerlukan pakaian yang modis untuk aktivitas kuliahnya, namun kebanyakan mahasiswa belum memiliki pendapatan sehingga hanya mengandalkan uang saku yang didapatkannya dan tentu sangat terbatas untuk biaya hidup dan keperluan kuliah lainnya. Hal tersebut menjadikan mahasiswa memilih alternatif lain dalam memenuhi kebutuhan sandangnya, salah satunya yaitu membeli pakaian bekas dengan begitu mahasiswa dapat lebih menghemat biaya namun tetap dapat memenuhi kebutuhannya, daripada harus membeli pakaian baru di mall yang harganya jauh lebih mahal.

## 2) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup individu yang berkaitan dengan kegiatan kesehariannya yang digambarkan melalui aktivitas, minat dan opini (Maulidah dan Russanti 2021). Gaya hidup dipengaruhi berdasarkan lapisan kelas atas tentunya akan berbeda dengan gaya hidup kelompok lapisan menengah dan kelompok lapisan bawah.

Sikap yang menunjukkan bagaimana 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 pada bidang *trend fashion*. Maraknya *trend fashion* di kalangan masyarakat saat ini berdampak positif dan negatif terhadap keberlangsungan perubahan gaya hidup masyarakat. Dampak positifnya terlihat dari munculnya banyak variasi gaya berpakaian yang baru, secara

individu dapat meningkatkan kreativitas dan kesan unik. Di sisi lain, dampak negatifnya yang melibatkan tekanan untuk selalu mengikuti perubahan *trend fashion* yang berganti setiap tahunnya. Hal ini, mendorong masyarakat untuk mencari solusi demi tetap mengikuti *trend fashion* tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Bagi kalangan atas, akses terhadap *trend fashion* mungkin lebih mudah, sementara kalangan menengah dan bawah cenderung mencari alternatif dengan membeli pakaian bekas yang saat ini tengah populer. Pemilihan pakaian bekas bukan hanya menjadi *trend*, tetapi juga memiliki nilai tambah sendiri, dimana mahasiswa dapat memperoleh pakaian bermerk dengan kualitas yang baik namun dengan harga yang lebih terjangkau daripada barang baru. Itulah mengapa gaya hidup memiliki pengaruh besar terhadap keputusan seseorang dalam memilih antara membeli pakaian bekas atau pakaian baru yang tersedia di toko besar.

### 3) Motivasi

Dorongan yang timbul dalam diri individu yang melatarbelakangi 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 (Wardhani 2019). Dengan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut, maka seseorang akan melakukan kegiatan pembelian

#### b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yaitu faktor yang bersumber dari luar individu, seperti :

##### 1) Sosial

Pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti : keluarga, kelompok referensi, peranan serta status. Kelompok referensi disini memiliki arti suatu kelompok yang berpeluang mempengaruhi sikap dan perilaku individu lain baik langsung maupun 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 (Wardhani 2019). Bisa disimpulkan bahwa pada dasarnya seseorang akan lebih cenderung meniru suatu perilaku atau gaya hidup yang dimiliki oleh orang terdekat mahasiswa.

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 mahasiswa. Ketika seseorang bergaul dengan kelompok pengguna pakaian bekas maka secara perlahan akan mempengaruhi minat seseorang untuk mengkonsumsi pakaian bekas tersebut berdasarkan informasi dan pengaruh dari kelompok pergaulannya tersebut.

## 2) 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 (Wardhani 2019)

Dalam bisnis pakaian bekas atau *pakaian bekas*, harga menjadi tolak ukur para pembeli karena konsumen bisa mendapatkan pakaian dengan *brand* ternama dengan harga yang masih relatif terjangkau. Biasanya untuk kalangan menengah

kebawah lebih memilih pakaian bekas menjadi solusi agar tetap *stylish* dan *fashionable* dengan harga yang cenderung lebih murah dibandingkan harga baju *branded* baru yang ditawarkan di toko.

### 3) Kualitas Produk

Kualitas produk dapat diartikan sebagai salah satu aspek pendukung terkait dengan pemilihan produk oleh konsumen dengan tujuan untuk dibeli atau dikonsumsi. Kualitas produk yang dijual juga akan mempengaruhi 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 konsumen (Maulidah dan Russanti 2021).

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 itu sendiri, diimbangi dengan harga yang sesuai, maka daya tarik minat beli pakaian bekas akan lebih meningkat

Faktor yang mempengaruhi minat beli berdasarkan aspek minat beli menurut (Hakim & Irwan 2021), antara lain :

- a. Sensivitas harga, artinya harga dapat menggerakkan seberapa besar daya beli konsumen.
- b. Pendapatan, artinya jumlah pembelian konsumen tergantung besar kecilnya pendapatan yang didapat.
- c. Perilaku pro-lingkungan, artinya usaha individu memelihara lingkungan dan meminimalisir kegiatan yang dapat berdampak secara buruk bagi lingkungan.

Dari beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pakaian

bekas dapat disimpulkan yaitu sensitivitas harga, kualitas produk, lingkungan sosial, perilaku pro-lingkungan, motivasi, dan gaya hidup.

### 3. Aspek-Aspek Minat Beli Pakaian Bekas

Menurut (Abzari 2014) minat beli dapat didefinisikan melalui aspek-aspek sebagai berikut :

#### a. Minat Transaksional

Kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk barang atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen akan membeli produk tersebut. Minat transaksional menggambarkan seseorang untuk membeli produk.

#### b. Minat Referensial

Kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Minat referensial yaitu ketika seseorang telah memiliki minat untuk membeli suatu produk dan menyarankan orang lain untuk membelinya juga. Contoh : seseorang memiliki minat untuk membeli produk pakaian bekas, lalu merekomendasikannya kepada orang lain untuk membeli produk tersebut.

#### c. Minat Preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama terhadap produk-produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Tahap preferensi yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu produk, adalah awal dari tahap loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Contoh : dari banyaknya pilihan produk fashion, yang dipilih atau diminati adalah produk *pakaian bekas*.

#### d. Minat Eksploratif

Minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari beberapa informasi untuk mendukung sifat-sifat positif produk tersebut. Contoh : seseorang menyukai produk pakaian bekas maka ia akan selalu mencari tahu tentang produk tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dari minat beli pakaian bekas yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

## **B. Sensitivitas Harga**

### **1. Definisi Sensitivitas Harga**

Sensitivitas harga merupakan sejauh mana harga dari suatu produk dapat mempengaruhi perilaku pembelian harganya. Sensitivitas harga dapat dilihat sebagai perubahan dan permintaan akibat adanya kenaikan atau penurunan harga suatu produk atau jasa (Khudhair 2019). Sensitivitas harga mengacu pada sejauh mana konsumen lebih suka dan mencari harga yang lebih rendah (Anglin, 1994) atau bagaimana perasaan mahasiswa tentang bagaimana membayar harga untuk suatu penawaran (Goldsmith dan Newell 1997). Konsumen yang memiliki sensitivitas terhadap harga akan meminta lebih sedikit harga naik, sedangkan konsumen yang memiliki sensitivitas terhadap harga lebih rendah tidak akan bereaksi kuat terhadap perubahan harga yang terjadi (Dominique-Ferreira, S., & Antunes 2020). Sedangkan menurut (Grewal, Monroe, dan Krishnan 1998) mendefinisikan bahwa niat beli sebagai probabilitas yang terletak pada tangan pelanggan untuk membeli produk tertentu. Ketika seseorang memiliki sensitivitas harga yang tinggi, hal itu berarti bahwa individu tersebut cenderung lebih suka untuk melakukan pembelian barang dengan harga murah khususnya pakaian *thrift* karena memiliki harga yang relatif murah dan cenderung menunjukkan permintaan yang lebih rendah dengan adanya kenaikan harga.

Setiap konsumen memiliki sudut pandang yang berbeda dari harga yang ditawarkan oleh perusahaan, perbedaan dirasakan oleh masing-masing konsumen karena adanya sensitivitas harga yang dirasakan (Darmawan, 2017). Salah satunya dengan menetapkan harga jual yang mempunyai kapasitas maksimum dengan tidak mengorbankan mutu produk. Bagi konsumen menengah ke bawah akan membeli produk

dengan harga yang lebih murah, berbeda dengan konsumen menengah ke atas, menilai tinggi rendahnya harga mencirikan kualitas dari produk tersebut. Sensitivitas harga menurut Kusuma dan Abrori (2005) adalah persentase perubahan harga yang diakibatkan oleh perubahan suku bunga komersial yang berlaku dipasar.

Sensitivitas harga merupakan sebuah reaksi yang diberikan oleh konsumen setelah menemukan perubahan maupun perbedaan harga produk (Hsu, dkk., 2019). Sensitivitas harga menurut Monroe (Shankar, 1999) diasumsikan bahwa pembeli mempunyai informasi lengkap mengenai harga dan pemuasan kebutuhan dari produk *alternative* yang sebanding. Pembeli menyadari harga sampai pada tingkat dimana ia tidak bersedia membayar harga lebih tinggi untuk suatu produk dan bersedia untuk membeli produk dengan harga yang lebih tinggi. Kondisi tersebut menunjukan adanya relatifitas sensitivitas konsumen terhadap suatu harga produk.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diambil kesimpulan sensitivitas harga merupakan sejauh mana harga dari suatu barang atau produk mampu mempengaruhi minat beli konsumen sebab konsumen cenderung mencari harga yang lebih rendah.

## 2. Aspek-Aspek Sensitivitas Harga

Menurut (Suryajaya, I., & Sienatra 2021) ada tiga indikator utama dari sensitivitas harga, yaitu :

### a. Keterjangkauan Harga Produk

Hal ini mencakup apakah harga produk dapat dijangkau oleh konsumen. Apabila harga terlalu tinggi, maka konsumen enggan untuk membeli

### b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Konsumen cenderung akan membandingkan harga dengan kualitas produk yang ditawarkan. Jika harga tidak sebanding dengan kualitas, maka sensitivitas harga akan meningkat

### c. Kesesuaian dengan Manfaat yang Diperoleh dan daya Saing dengan Penawaran Bisnis Lainnya

Harga harus sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari suatu produk, dan juga harus bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh pesaingnya.

Menurut (Shankar dkk., 1999) konsumen dengan sensitivitas harga yang tinggi akan menjadikan harga sebagai faktor utama yang penting dalam keputusan pembelian suatu barang dan akan mencari harga hingga mendapatkan harga yang paling baik. sensitivitas harga memiliki dua aspek, adapun penjelasannya sebagai berikut :

a. *Price Importance* (Kepentingan Harga)

Konsumen akan menentukan harga dari suatu produk berdasarkan manfaat secara ekonomis mengenai harga yang ditawarkan untuk produk tersebut.

b. *Price Search* (Pencarian Harga)

Konsumen akan lebih selektif dalam mempertimbangkan harga yang ditawarkan untuk suatu produk, konsumen akan cenderung mencari tahu mengenai harga dan informasi-informasi dari produk yang ditawarkan, apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk atau masih ada produk lain yang memiliki kualitas yang bagus dengan harga yang lebih murah.

Aspek sensitivitas harga yang dikemukakan oleh menurut (Suryajaya, I., & Sienatra 2021) yaitu, kepentingan harga, keterjangkauan harga produk, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Dengan demikian, berdasarkan pemaparan mengenai sensitivitas harga dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan sensitivitas harga yang tinggi, cenderung akan memilih suatu produk berdasarkan manfaatnya yang termasuk aspek kepentingan harga (*price importance*) dan mempertimbangkan harga yang termasuk aspek pencarian harga (*price search*)

### C. Perilaku Pro-Lingkungan

#### 1. Definisi Perilaku Pro-Lingkungan

Menurut (Omran 2014), perilaku manusia dipengaruhi oleh keyakinan, nilai seseorang dan sikap. Teori perilaku dikembangkan

pertama kali oleh B.F Skinner pada tahun 1950, dimana dalam teori ini menggunakan konsep “positif” dan “negatif” untuk mengontrol perilaku seseorang. Contohnya melalui perilaku belajar siswa yang sederhana (ketika seorang siswa berprestasi di sekolah diberikan hadiah dan jika sebaliknya, tidak berprestasi akan dihukum). Perilaku yang dipelajari dengan konsep seperti ini, dapat berubah sesuai dengan kondisinya (Weiler 2005) Berdasarkan (Booth dkk., 2014) Sikap dan keyakinan dari perilaku seseorang dapat diukur melalui berbagai cara. Beberapa penelitian telah menyatakan bahwa selalu ada “harapan” untuk setiap individu dapat mengalami kepada perubahan perilaku yang lebih baik.

Menurut (Kollmuss, A., & Agyeman 2002), perilaku pro-lingkungan adalah perilaku yang tumbuh dari kesadaran diri seseorang untuk meminimalkan dampak negatif dari tindakan seseorang terhadap alam dan pengembangan, seperti meminimalkan penggunaan sumber daya, penghematan konsumsi energi, penggunaan bahan yang tidak mengandung racun, pengurangan produksi sampah. Menurut (Sawitri, D. R. dkk., 2015) bahwa perilaku pro-lingkungan adalah tipe khusus perilaku pro-sosial (sebuah perilaku yang diarahkan dan dilakukan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan individu, kelompok tertentu maupun organisasi).

Menurut (Zelezny dan Schultz 2000), perilaku pro-lingkungan dianggap sebagai salah satu usaha seseorang untuk melakukan tindakan pencegahan dan perlindungan terhadap lingkungan (menjaga alam dan menangani isu-isu lingkungan). (Bechtel, R And Churchman 2012) mengemukakan bahwa perilaku pro-lingkungan adalah perilaku yang secara khusus memberikan perhatian terhadap lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, seperti pengurangan dalam konsumsi energi (minyak, gas, listrik), pemeliharaan sumber daya (udara, tanah, air), daur ulang (kertas, plastik), dan memelihara kehidupan (flora dan fauna)

Berdasarkan hasil uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku-pro lingkungan adalah usaha seseorang atau individu untuk mengurangi dampak negatif akibat kerusakan alam dengan melakukan perbaikan serta pelestarian lingkungan

## 2. Aspek-Aspek Perilaku Pro-Lingkungan

Menurut (Kaiser dkk., 2007), terdapat enam aspek perilaku pro-lingkungan. Aspek-aspek tersebut meliputi :

### a. Penghematan energi

Penghematan energi ini terkait dengan perilaku atau tindakan-tindakan yang bertujuan untuk menghemat energi. Contohnya : mematikan lampu apabila ingin keluar ruangan dan mematikan AC apabila keluar ruangan lebih dari 4 jam.

### b. Mobilitas dan transportasi

Mobilitas dan transportasi terkait dengan perilaku atau tindakan-tindakan yang bertujuan untuk menggunakan alat transportasi secara efektif dan efisien, misalnya menggunakan transportasi umum, naik sepeda atau berjalan kaki untuk jarak dekat.

### c. Pencegahan limbah

Pencegahan limbah terkait dengan perilaku atau tindakan-tindakan yang bertujuan untuk menghindari limbah seperti meminimalisir penggunaan plastik, membeli atau memakai produk jenis isi ulang.

### d. Daur ulang

Daur ulang terkait dengan perilaku atau tindakan-tindakan yang bertujuan untuk mendaur ulang bahan-bahan bekas yang sudah tidak terpakai, misalnya mengumpulkan kertas yang sudah tidak terpakai untuk didaur ulang, membuat catatan dengan memakai kertas yang sudah digunakan dan membeli produk fashion bekas yang masih dapat digunakan.

### e. Konsumersime

Konsumersime terkait dengan perilaku atau tindakan-tindakan yang bertujuan untuk memilih dan menggunakan produk-produk

yang ramah lingkungan, misalnya memilih produk organik dan menggunakan bahan alami untuk mengatasi hama.

f. Konservasi

Konservasi terkait dengan perilaku atau tindakan-tindakan yang secara umum tidak merugikan bagi lingkungan di sekitarnya, misalnya ketika piknik meninggalkan tempat tersebut dengan kondisi bersih seperti sebelumnya, terlibat dalam suatu organisasi lingkungan hidup, belajar tentang isu-isu lingkungan melalui berbagai media dan lain-lain.

Selain pengelompokan perilaku pro-lingkungan melalui enam aspek seperti yang telah dipaparkan di atas, terdapat pula pengelompokan melalui empat aspek atau kategori perilaku pro-lingkungan oleh (Larson dkk., 2015), empat kategori perilaku pro-lingkungan tersebut meliputi :

a. Environmentalisme Sosial

Environmentalisme sosial terkait dengan perilaku atau tindakan masyarakat yang berlandaskan pada ide atau paham untuk berpartisipasi dalam mengatasi isu-isu lingkungan. Hal tersebut dapat dilaksanakan sebagai upaya mensosialisasikan orang lain tentang isu lingkungan yang terjadi.

b. Pengelolaan tanah

Pengelolaan tanah terkait dengan perilaku atau tindakan dalam upaya peningkatan kualitas habitat tanah pribadi atau umum, kegiatan perlindungan satwa liar dan sejenisnya.

c. Gaya hidup yang mendukung konservasi

Gaya hidup yang terkait dengan perilaku atau tindakan yang bertujuan untuk mendukung upaya konservasi, seperti contohnya yaitu melakukan daur ulang, menghemat air dan energi, meminimalkan timbulan sampah dan menggunakan barang yang *eco-friendly*

d. Kewarganegaraan yang peduli lingkungan

Kewarganegaraan yang peduli terhadap lingkungan, berkaitan dengan perilaku atau tindakan yang bertujuan untuk partisipasi dalam proses pengambilan kebijakan yang terkait dengan lingkungan hidup.

Pro-lingkungan memiliki cakupan yang luas, oleh karenanya dalam penelitian ini cakupan studi ialah pada enam aspek perilaku pro-lingkungan seperti yang telah dikemukakan oleh Kaiser. Aspek-aspek ini dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar perilaku-pro lingkungan melalui teori yang saat ini banyak digunakan, yaitu *theory of planned behaviour* (TPB). Berdasarkan TPB, terdapat beberapa variabel yang digunakan untuk menjelaskan perilaku pro-lingkungan, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, persepsi kendali perilaku, dan intensi (Palupi dan Sawitri 2017).

**D. Hubungan antara Sensitivitas harga dan Perilaku Pro-Lingkungan dengan Minat Beli Pakaian bekas**

Berdasarkan hirarki kebutuhan Maslow, pakaian berada pada tingkatan pertama kebutuhan manusia yaitu kebutuhan fisiologis, yang berarti bahwa kebutuhan akan fashion menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan dan dipenuhi untuk menunjang kebutuhan dasar manusia. Menurut (Evelina & Wibisono, 2021) *fashion* merupakan hal yang selalu dibutuhkan manusia. Fashion saat ini juga telah menjadi salah satu prioritas utama dalam gaya hidup masyarakat. Salah satu tren *fashion* yang kini sedang ramai diperbincangkan dikalangan masyarakat khususnya mahasiswa, yaitu tren pakaian bekas.

Minat beli pakaian bekas pada mahasiswa saat ini sangat kuat, terutama karena faktor ekonomi yang dominan dalam keputusan pembelian mahasiswa. Mahasiswa, yang umumnya memiliki anggaran terbatas, cenderung mencari alternatif yang lebih terjangkau untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa. Pakaian bekas menawarkan solusi yang

lebih ekonomis dibandingkan dengan pakaian baru, terutama dari merek-merek ternama. Ketika seseorang memiliki sensitivitas harga yang tinggi hal itu berarti bahwa seseorang tersebut cenderung lebih suka untuk melakukan pembelian barang dengan harga murah, sensitivitas harga dapat mendorong minat beli yang tinggi terhadap pakaian bekas, karena mahasiswa dapat mendapatkan pakaian berkualitas dengan harga yang jauh lebih terjangkau. Tren *thrifting* atau membeli pakaian bekas juga semakin populer di kalangan mahasiswa karena memungkinkan mahasiswa untuk tetap tampil rapih dan menarik tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

Selain faktor ekonomi, perilaku pro-lingkungan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan minat beli pakaian bekas di kalangan mahasiswa. Perilaku pro-lingkungan yaitu perilaku yang tumbuh dari kesadaran seseorang untuk meminimalisir dampak negatif dari tindakan seseorang terhadap kondisi alam dan pembangunan. Kesadaran akan isu-isu lingkungan, seperti dampak negatif dari industri fashion cepat (*fast fashion*) terhadap bumi ini, telah meningkat di kalangan generasi muda. Mahasiswa yang peduli terhadap lingkungan cenderung memilih pakaian bekas sebagai bentuk kontribusi mahasiswa dalam mengurangi limbah tekstil dan jejak karbon. Perilaku pro-lingkungan ini tidak hanya didorong oleh kesadaran pribadi tetapi juga oleh pengaruh komunitas dan kampanye sosial di media sosial yang mendorong gaya hidup berkelanjutan.

Kesadaran akan kesejahteraan sosial dan lingkungan telah meningkat diantara beberapa mahasiswa ini bisa menjadi alasan bagi mahasiswa untuk meningkatkan belanja di toko barang bekas. Selain itu, meningkatnya kesadaran di kalangan mahasiswa tentang masalah ekologi dan etika serta semakin populernya isu perilaku pro-lingkungan mendorong mahasiswa untuk mengambil tindakan. Beberapa pembeli yang sadar lingkungan mulai melakukan konsumsi terhadap barang bekas untuk turut ikut berpartisipasi pada gaya hidup ramah lingkungan. Karena dengan membeli barang bekas menghemat sumber daya alam yang

dibutuhkan untuk memproduksi produk baru

Kombinasi antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan menciptakan dinamika yang kompleks namun sinergis dalam minat beli pakaian bekas pada mahasiswa. Di satu sisi, kebutuhan untuk berhemat mendorong mahasiswa untuk mencari opsi yang lebih murah, sementara di sisi lain, kesadaran lingkungan memberikan motivasi tambahan untuk memilih pakaian bekas. Kedua faktor ini saling melengkapi dan memperkuat, menciptakan dasar konsumen untuk membeli pakaian bekas. Dengan demikian, tren pakaian bekas tidak hanya menjadi pilihan ekonomis tetapi juga menjadi simbol dari komitmen generasi muda terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan.

#### **E. Hipotesis**

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu:

1. Ada hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ada hubungan positif antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas yang memiliki arti semakin tinggi sensitivitas harga yang dimiliki maka semakin tinggi pula minat beli pakaian bekas dan juga sebaliknya. Semakin rendah sensitivitas harga yang dimiliki maka semakin rendah pula minat beli pakaian bekas.
3. Ada hubungan positif antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas yang memiliki arti semakin tinggi perilaku pro-lingkungan yang dimiliki maka semakin tinggi pula minat beli pakaian bekas dan juga sebaliknya. Semakin rendah perilaku pro-lingkungan yang dimiliki maka semakin rendah pula minat beli pakaian bekas.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Identifikasi Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan variabel tergantung dan variabel bebas. Variabel tergantung merupakan variabel penelitian yang diukur untuk memperoleh informasi terkait seberapa besar pengaruh atau efek variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel penelitian yang mempengaruhi variabel lain (Azwar 2010). Adapun variabel dalam penelitian sebagai berikut :

1. Variabel Tergantung (Y) : Minat Beli Pakaian Bekas
2. Variabel Bebas (X1) : Sensitivitas Harga
3. Variabel Bebas (X2) : Perilaku Pro-Lingkungan

#### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang memberikan arti untuk suatu variabel dengan menentukan aktivitas atau pelaksanaan dalam pengukuran variabel. Definisi operasional pada variabel dalam penelitian dijelaskan sebagai berikut :

##### **1. Minat Beli Pakaian bekas**

Minat beli pakaian bekas merupakan kecenderungan individu untuk membeli pakaian bekas yang diungkap melalui aspek-aspek minat transaksional, minat referensial, minat preferensi, dan minat eksploratif (Abzari 2014).

##### **2. Sensitivitas Harga**

Sensitivitas harga adalah kecenderungan konsumen untuk memilih dan mencari harga yang lebih rendah yang diungkap melalui aspek-aspek keterjangkauan harga dengan produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dan daya saing dengan penawaran bisnis lainnya (Sinambela dkk 2019).

### **3. Perilaku Pro-Lingkungan**

Perilaku pro-lingkungan adalah keputusan perilaku individu atau kelompok untuk menjaga dan melestarikan lingkungan yang diungkap melalui aspek-aspek penghematan energi, mobilitas dan transportasi, pencegahan limbah, daur ulang, konsumersime, dan konservasi (Kaiser dkk 2007).

#### **C. Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi menurut (Sugiyono 2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek dalam penelitian. Populasi keseluruhan dalam penelitian ini yaitu jumlah seluruh mahasiswa/i aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang berjumlah 14.933 mahasiswa.

Populasi sasaran merupakan populasi yang memiliki karakteristik khusus dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi sasaran yaitu Mahasiswa/i aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2023/2024 yang mengetahui mengenai pakaian bekas di Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan total 3.472 mahasiswa. Jumlah rincian total populasi Mahasiswa/i aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2023/2024 sebagai berikut :

Tabel 1. Rincian Data Jumlah Mahasiswa S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2023/2024

<b>Data Mahasiswa/i Aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2023/2024</b>		
<b>No</b>	<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Fakultas Ekonomi	403
2.	Fakultas Hukum	527
3.	Fakultas Kedokteran	334
4.	Fakultas Kedokteran Gigi	177
5.	Fakultas Psikologi	161
6.	Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi	225
7.	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	156
8.	Fakultas Agama Islam	206
9.	Fakultas Ilmu Keperawatan	335
10.	Fakultas Farmasi	267
11.	Fakultas Teknik	307
12.	Fakultas Teknik Industri	374
<b>TOTAL</b>		<b>3.472</b>

## 2. Sampel

Sampel dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil harus *representative* (mewakili) dari keseluruhan populasi agar dapat membuat kesimpulan yang benar dalam penelitiannya (Sugiyono 2019).

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Dimana cara menentukan sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan rumus *Slovin*. Rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 3.472 mahasiswa (Sugiyono, 2013). Untuk tingkat presisi yang ditetapkan peneliti dalam penentuan penelitian ini adalah 5%.

Rumus *Slovin* :

$$n = \frac{N}{1 + N \times (e^2)}$$

Keterangan :

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = taraf kesalahan

Berdasarkan rumus *Slovin*, maka besarnya penarikan jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N \times (e^2)}$$

$$n = \frac{3.472}{1 + 3.472 \times (0,05^2)}$$

$$n = \frac{3.472}{1 + 8,68}$$

$$n = 358,68 \approx 359$$

Maka besar sampel pada penelitian ini sebanyak 359 mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang akan dijadikan responden.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik probability sampling yaitu *proportionate stratified random sampling*. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut (Sugiyono, 2013) *Proportionate stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional. Dalam teknik ini populasi yang dikelompokkan atau dikategorikan yang disebut strata (*stratified*). Strata ini dapat berupa usia, kota, jenis kelamin, agama, tingkatan pendidikan, tingkatan penghasilan dan lain-lain. Dalam penelitian ini, tingkat strata dikelompokkan berdasarkan tingkat pendidikan yaitu S1.

Penentuan jumlah awal anggota sampel berstrata dilakukan dengan cara pengambilan sampel secara *proportionate stratified random sampling* yaitu dengan menggunakan Rumus *Slovin* :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan :

$n_i$  : Jumlah strata

$n$  : Jumlah sampel (359 Mahasiswa)

$N_i$  : Jumlah anggota strata

$N$  : Jumlah anggota populasi seluruhnya (3.472 Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang)

Maka jumlah anggota sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Fakultas Psikologi : 161 Mahasiswa

$$n_i = \frac{161}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 16,65 \approx 17$$

2. Fakultas Ekonomi : 403 Mahasiswa

$$n_i = \frac{403}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 41,67 \approx 42$$

3. Fakultas Hukum : 527 Mahasiswa

$$n_i = \frac{527}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 54,49 \approx 54$$

4. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan : 156 Mahasiswa

$$n_i = \frac{156}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 16,13 \approx 16$$

5. Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi : 225 Mahasiswa

$$n_i = \frac{225}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 23,26 \approx 23$$

6. Fakultas Kedokteran : 334 Mahasiswa

$$n_i = \frac{334}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 34,53 \approx 34$$

7. Fakultas Kedokteran Gigi : 177 Mahasiswa

$$n_i = \frac{177}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 18,30 \approx 18$$

8. Fakultas Teknik : 307 Mahasiswa

$$n_i = \frac{307}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 31,74 \approx 32$$

9. Fakultas Teknik Industri : 374 Mahasiswa

$$n_i = \frac{374}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 38,67 \approx 39$$

10. Fakultas Ilmu Keperawatan : 335 Mahasiswa

$$n_i = \frac{335}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 34,64 \approx 35$$

11. Fakultas Farmasi : 267 Mahasiswa

$$n_i = \frac{267}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 27,60 \approx 28$$

12. Fakultas Agama Islam : 206 Mahasiswa

$$n_i = \frac{206}{3.472} \times 359$$

$$n_i = 21,30 \approx 21$$

$$n_i = 17 + 42 + 54 + 16 + 23 + 34 + 18 + 32 + 39 + 35 + 28 + 21 = 359$$

Berdasarkan hasil diatas, didapatkan total sampel dalam penelitian ini adalah 359 mahasiswa sebagai responden yang mengetahui tentang pakaian bekas (*fashion thrift*).

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

(Sugiyono 2019) mendefinisikan *sampling* yaitu sebuah cara untuk menetapkan pengambilan sampel sehingga nantinya dipakai untuk suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *proportionate stratified random sampling*. Dalam buku *Elementary Sampling Theory*, Taro Yamne (dalam (Demokrawati 2014) menyatakan bahwa *proportionate stratified random sampling* merupakan proses pengambilan sampel melalui proses pembagian populasi kedalam strata, memilih sampel acak sederhana dari setiap statum, dan menggabungkannya ke dalam sebuah sampel untuk menaksir parameter populasinya.

Teknik *proportionate stratified random sampling* dalam penelitian ini menggunakan empat tahap, tahap pertama menentukan jumlah populasi, dalam penelitian ini jumlah populasi yaitu 14.933 mahasiswa aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Setelah itu, tahap kedua membentuk populasi sasaran yaitu mahasiswa aktif S1 angkatan 2023/2024 yang kemudian memasuki tahap tiga dengan membagi menjadi sub populasi yang dijadikan sebagai stratum yang terdiri dari 12 kelompok berdasarkan tingkat pendidikan yaitu Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri, Fakultas Ilmu Keperawatan, Fakultas Kedokteran, Fakultas Farmasi, Fakultas Kedokteran Gigi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Agama Islam, dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Selanjutnya, tahap keempat yaitu pengambilan sampel dari setiap stratum secara terpisah dengan ukuran sampel masing-masing stratum menggunakan rumus *Slovin* dan hasil penaksiran sampel dibuat sebagai populasi subjek dalam penelitian ini.

Sampel yang terpilih dari berbagai strata digabungkan menjadi satu sampel. Dalam hal ini peneliti memberikan karakteristik sampel yang akan diambil antara lain :

- a. Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang
- b. Mengetahui tentang produk pakaian bekas atau *fashion thrift*

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala yang terdiri dari tiga skala yang diantaranya yaitu, skala minat beli pakaian bekas, skala sensitivitas harga, dan skala perilaku-pro lingkungan. Penelitian ini menggunakan penskalaan *likert* yang memiliki tujuan untuk mengukur atribut dari dalam diri individu, yakni sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono 2009).

Penggunaan skala dalam penelitian ini dibuat dengan alternatif jawaban sesuai dengan kondisi yang dimiliki oleh subjek. *Favorable* merupakan aitem yang mendukung dengan variabel yang diukur. Pernyataan skala yang Sangat

sesuai (SS) diberi nilai 4, Sesuai (S) diberi nilai 3, Tidak Sesuai (TS) diberi nilai 2 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi nilai 1. *Unfavorable* merupakan aitem yang tidak mendukung variabel yang hendak diukur. Pernyataan sekala yang Sangat Sesuai (SS) diberi nilai 1, Sesuai (S), diberi nilai 2, Tidak Sesuai (TS) diberi nilai 3 dan Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi nilai 4. Skala yang harus diisi oleh subjek di antaranya yaitu :

### 1. Minat Beli Pakaian bekas

Penyusunan skala minat beli pakaian bekas disesuaikan dengan aspek-aspek minat beli menurut (Abzari 2014) yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensi, dan minat eksploratif.

Tabel 2. Blueprint Skala Minat Beli Pakaian Bekas

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1.	Minat Transaksional	4	4	8	25%
2.	Minat Referensial	4	4	8	25%
3.	Minat Preferensi	4	4	8	25%
4.	Minat Eksploratif	4	4	8	25%
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Ket. F = *Favorable* UF = *Unfavorable*

### 2. Sensitivitas Harga

Penyusunan skala minat beli pakaian bekas disesuaikan dengan aspek-aspek sensitivitas harga menurut (Suryajaya, I., & Sienatra 2021) yaitu keterjangkauan harga produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dan daya saing dengan penawaran bisnis lainnya.

Tabel 3. Blueprint Skala Sensitivitas Harga

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1.	Keterjangkauan Harga Produk	2	2	4	33,3%
2.	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2	2	4	33,3%
3.	kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dan daya saing dengan penawaran bisnis lainnya	2	2	4	33,3%
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Ket. F = *Favorable* UF = *Unfavorable*

### 3. Perilaku Pro-Lingkungan

Penyusunan skala minat beli pakaian bekas disesuaikan dengan aspek-aspek perilaku pro-lingkungan menurut (Kaiser dkk. 2007) yaitu penghematan energi, mobilitas dan transportasi, pencegahan limbah, daur ulang, konsumersime, dan konservasi. Penelitian ini menggunakan skala sensitivitas harga yang disusun oleh (Pratiwi 2020) dengan reliabilitas 0,915 dari total keseluruhan berjumlah 33 aitem, sebanyak 23 aitem modifikasi dan 10 aitem mengadopsi tanpa perubahan dari (Kaiser dkk. 2007) yang terdiri dari 24 aitem *favorable* dan 9 aitem *unfavorable*.

Tabel 4. Blueprint Skala Perilaku Pro-Lingkungan

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah	Bobot
		<i>F</i>	<i>UF</i>		
1.	Penghematan Listrik	4	1	5	15,15%
2.	Mobilitas dan transportasi	2	2	4	12,12%
3.	Pencegahan Limbah	4	1	5	15,15%
4.	Daur Ulang	5	1	6	18,18%
5.	Konsumersime	3	2	5	15,15%
6.	Konservasi	6	2	8	24,25%
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>	<b>9</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

Ket. *F* = *Favorable* *UF* = *Unfavorable*

### E. Validitas, Uji Diskriminasi Aitem, dan Estimasi Reliabilitas

#### Alat Ukur

#### 1. Validitas Alat Ukur

Validitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar instrumen ukur yang dapat berfungsi sebagaimana fungsi ukurnya, yaitu mampu menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya sesuai dengan tujuan ukurnya (Azwar 2015). Semakin tinggi tingkat validitas pada alat ukur maka alat ukur tersebut akan semakin valid. Hal ini tentunya sesuai dengan fungsi ukurnya dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat validitas pada alat ukur maka alat ukur tersebut dikatakan tidak valid.

Penelitian ini menggunakan validitas isi yang dihitung dari pengujian kelayakan dan relevansi isi setiap aitem yang menjadi penjabaran dari indikator perilaku atribut yang diukur. Validitas ini

diperoleh dengan melalui analisis oleh para ahli dalam bidang tersebut yang disebut *expert judgement* yaitu dosen pembimbing dari peneliti (Azwar 2012).

## 2. Uji Daya Diskriminasi Aitem

Uji daya beda aitem yaitu sejauh mana aitem tersebut dapat memberikan perbedaan antar individu atau suatu kelompok individu dengan suatu atribut atau tidak mempunyai atribut yang diukur (Azwar 2012). Dilakukan dengan menggunakan pemilihan aitem berdasarkan atas kesesuaian fungsi alat ukur dengan fungsi ukur skala. Daya beda aitem dapat dikatakan baik apabila memperoleh koefisien korelasi aitem total sebesar  $\geq 0,3$  dan jika hasil dari total aitem yang lulus belum tercukupi total yang peneliti inginkan, maka koefisien korelasinya boleh diturunkan, sehingga didapatkan 0,25 dan digolongkan pada daya beda aitem rendah (Azwar 2015)

## 3. Reliabilitas Alat Ukur

Instrumen ukur yang memiliki ciri kualitas yang baik harus mampu menghasilkan skor yang cermat dengan eror pengukuran kecil atau disebut sebagai reliabel. Reliabilitas merupakan karakteristik utama didalam sebuah instrumen dan alat ukur yang baik. Hasil dari pengukuran dapat dipercaya pada saat kelompok belum berubah dan reabilitasnya dalam rentang 0 sampai 1,00 ( $< 1,00$ ). Koefisien reliabilitas ada pada rentang angkat 0 sampai 1,00 maka hasil dalam sebuah penelitian akan dinyatakan reliabel (Azwar 2012)

Metode yang digunakan dan diterapkan dalam penelitian reliabilitas koefisien yaitu dengan menggunakan *alpha cronbach*, hal ini dikarenakan koefisien *alpha* memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya, sehingga dengan menggunakan teknik ini akan mendapatkan hasil yang teliti dan dapat mendeteksi hasil yang sesungguhnya.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistika. Alasan yang mendasari digunakannya analisis statistika adalah cara ilmiah yang disiapkan untuk mengumpulkan, menyusun, menyajikan dan menganalisis penyelidikan data yang berwujud angka-angka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan korelasi parsial. Analisis regresi berganda merupakan hubungan antara kedua variabel bebas dan variabel tergantung, sedangkan korelasi parsial digunakan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dengan mengontrol atau menyesuaikan efek dari satu atau lebih variabel lain (Sugiyono, 2009). Hal ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Packages For Social Science*) versi 25.0



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Orientasi Kanchah dan Persiapan Penelitian

##### 1. Orientasi Kanchah Penelitian

Orientasi Kanchah Penelitian dilaksanakan sebelum melaksanakan penelitian untuk memperispakan hal-hal yang terkait mengenai proses penelitian hingga dapat berlangsung secara ideal. Penentuan lokasi penelitian berdasarkan pada karakteristik populasi yang menjadi tahap awal yang dijalankan, penelitian dilangsungkan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) yang berada di Jl. Kaligawe Raya No. Km. Terboyo Kulon, Kec. Genuk, Kota Semarang, Jawa Tengah.

UNISSULA merupakan Perguruan Tinggi Islam Swasta paling tua di Kota Semarang, Jwa Tengah dengan pendirinya yaitu Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung (YBWSA) pada 16 Dzulhijjah 1381 H yang bertepatan pada 20 Mei 1962 M. Sebagai perguruan tinggi swasta yang menjunjung tinggi keislaman, UNISSULA memiliki 4 (empat) jenjang program studi yaitu Diploma (D-III), Sarjana (S1), Magister (S2), dan Doktor (S3). UNISSULA merupakan perguruan tinggi swasta yang dilengkapi dengan fasilitas penunjang seperti: Masjid Abu Bakar Assegaf, perpustakaan, auditorium, kantin PUMANISA, *sport center*, bank, halaman parkir yang luas, laboratorium, Rumah Sakit Islam Gigi dan Mulut Sultan Agung (RSIGM-SA), *Sultan Agung Islamic teaching hospital*, dan fasilitas penunjang lainnya. UNISSULA juga memiliki 12 (dua belas) fakultas, yaitu: Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri, Fakultas Ilmu Keperawatan, Fakultas Kedokteran, Fakultas Farmasi, Fakultas Kedokteran Gigi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Agama Islam, dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Selanjutnya yaitu melakukan dua tahap yang dilakukan. Tahap pertama, survei pendahuluan untuk mencari tahu apakah ada masalah terkait mahasiswa dalam memilih gaya berpakaian di kampus, dengan melaksanakan wawancara pada beberapa mahasiswa secara acak mengenai produk pakaian bekas dalam gaya berpakaian mahasiswa. Kedua, peneliti

menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan jumlah populasi dan sampel penelitian agar sesuai dengan karakteristik yang ditentukan. Untuk jumlah mahasiswa yang diperlukan dalam penelitian ini berdasarkan rumus *slovin* yang digunakan, keseluruhan berjumlah 359 orang, yang terdiri dari berbagai mahasiswa di seluruh fakultas yang terdapat di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Peneliti memilih Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) sebagai lokasi penelitian berdasarkan beberapa pertimbangan, seperti berikut :

- a. Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung memiliki permasalahan yang relevan dengan topik yang diteliti
- b. Lokasi Universitas yang tidak jauh dari tempat penelitian dapat mempermudah proses perizinan
- c. Jumlah subjek dan karakteristik subjek dalam penelitian sesuai dengan syarat yang berlaku dalam penelitian
- d. Pihak Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) memberikan izin dengan baik untuk melaksanakan penelitian

### **B. Persiapan Penelitian**

Persiapan penelitian untuk meminimalisir terjadinya kesalahan yang dapat menghambat proses penelitian. Ada beberapa tahap untuk melaksanakan penelitian, yaitu :

#### **a. Persiapan Perizinan**

Syarat yang diharuskan untuk dipenuhi peneliti sebelum melakukan penelitian adalah perizinan penelitian. Perizinan didahului dengan mengajukan surat permohonan izin penelitian kepada pihak Fakultas Psikologi UNISSULA. Kemudian, surat permohonan diterbitkan oleh fakultas yang terdiri dari 13 surat yang tersebar untuk Biro Administrasi Akademik (BAAk) dan fakultas-fakultas yang ada di Universitas Islam Sultan Agung yaitu surat izin penelitian untuk Fakultas Ekonomi, Hukum, Kedokteran, Kedokteran Gigi, Farmasi, Agama Islam, Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Keperawatan, Teknik, Teknik Industri dan Psikologi. Untuk surat permohonan izin fakultas psikologi, peneliti membuat

permohonan izin penelitian yang ditujukan kepada Wakil Dekan 1 Fakultas Psikologi UNISSULA. Setelah permohonan diajukan, peneliti akan menerima surat izin yang diterbitkan oleh Fakultas Psikologi UNISSULA dengan nomor surat 645/A.3/Psi-SA/II/2024. Surat izin ini menunjukkan bahwa penelitian telah mendapatkan persetujuan dan izin dari pihak fakultas untuk dilaksanakan.

#### **b. Penyusunan Alat Ukur**

Penelitian ini memakai alat ukur berupa skala psikologis, yang dibuat berdasarkan dari masing masing aspek yang telah ditentukan kemudian dibuat menjadi butir-butir aitem berupa pernyataan. Penyusunan ini bertujuan agar peneliti dapat mengukur serta memperoleh data yang digunakan sebagai instrumen penelitian. Penelitian ini menggunakan tiga macam skala yaitu skala minat beli pakaian bekas, sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan.

Setiap skala terdiri dari dua aitem yakni aitem *favorable* dan *unfavorable*. Kedua, skala tersebut memiliki alternatif jawaban yang sama dengan menggunakan 4 (empat) pilihan jawaban dan skor masing-masing pada aitem *favorable* yaitu sangat sesuai (SS) dengan skor 4, sesuai (S) dengan skor 3, tidak sesuai (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak sesuai (STS) dengan skor 1. Untuk aitem *unfavorable* yaitu sangat sesuai (SS) dengan skor 1, sesuai (S) dengan skor 2, tidak sesuai (TS) dengan skor 3, dan sangat tidak sesuai (STS) dengan skor 4. Skala pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

##### 1) Skala Minat Beli Pakaian bekas

Penyusunan skala minat beli pakaian bekas disesuaikan dengan aspek-aspek menurut (Abzari 2014) yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensi, dan minat eksploratif. Sebaran aitem pada skala minat beli pakaian bekas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala Minat Beli Pakaian bekas

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Minat Transaksional	1,2,3,4	21,22,23,24	8
2.	Minat Referensial	17,18,19,20	5,6,7,8	8
3.	Minat Preferensi	9,10,11,12	29,30,31,32	8
4.	Minat Eksploratif	25,26,27,28	13,14,15,16	8
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>16</b>	<b>32</b>

## 2) Skala Sensitivitas Harga

Penyusunan skala sensitivitas harga disesuaikan dengan aspek-aspek menurut (Sinambela dkk. 2019), yaitu keterjangkauan harga dengan produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dan daya saing dengan penawaran bisnis lainnya. Sebaran aitem pada skala sensitivitas harga dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala Sensitivitas Harga

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Keterjangkauan Harga Produk	1,2	5,6	4
2.	Kesesuain Harga dengan Kualitas Produk	7,8	11,12	4
3.	Kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dan daya saing dengan penawaran bisnis lainnya	3,4	9,10	4
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>12</b>

## 3) Skala Perilaku Pro-Lingkungan

Penyusunan skala minat beli pakaian bekas disesuaikan dengan aspek-aspek menurut (Kaiser dkk. 2007) yaitu penghematan energi, mobilitas dan transportasi, pencegahan limbah, daur ulang, konsumersime, dan konservasi. Sebaran aitem pada skala perilaku pro-lingkungan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Distribusi Sebaran Nomor Aitem Skala Perilaku Pro-Lingkungan

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Penghematan Listrik	1,2,3,4	11	5
2.	Mobilitas dan transportasi	19,20	5,6	4
3.	Pencegahan Limbah	7,8,9,10	29	5
4.	Daur Ulang	12,13,14,15,16	33	6
5.	Konsumersime	30,31,32	21,22	5
6.	Konservasi	23,24,25,26,27,28	17,18	8
<b>TOTAL</b>		<b>24</b>	<b>9</b>	<b>33</b>

### c. Uji Coba Alat Ukur

Uji coba alat ukur adalah alat ukur yang digunakan dalam mengukur reliabilitas skala dan juga daya beda setiap aitem *favorabel* dan *unfavorable* yang dilakukan sebelum pelaksanaan penelitian. Uji coba mulai dilangsungkan pada tanggal 22 Februari 2024 sampai dengan 26 Februari 2024, yang mana kuesioner disebarikan secara online dengan memanfaatkan bantuan *google form* yang disebarikan melalui chat pribadi masing-masing. Subjek pada uji coba ini merupakan hasil *stratified sampling* sebanyak 58 mahasiswa. Adapun Rinciannya sebagai berikut:

Tabel 8. Data Mahasiswa UNISSULA yang Menjadi Subjek Uji Coba

Data Mahasiswa UNISSULA yang Menjadi Subjek Uji Coba Tahun Ajaran 2024/2025		
NO	Fakultas	Jumlah yang Mengisi
1.	Fakultas Psikologi	9
2.	Fakultas Ekonomi	5
3.	Fakultas Hukum	12
4.	Fakultas Kedokteran	6
5.	Fakultas Kedokteran Gigi	2
6.	Fakultas Farmasi	3
7.	Fakultas Ilmu Keperawatan	5
8.	Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi	1
9.	Fakultas Keguruan	4
10.	Fakultas Agama Islam	2
11.	Fakultas Teknik	7
12.	Fakultas Teknik Industri	2
<b>TOTAL</b>		<b>58</b>

Peneliti menyearikan skala penelitian menggunakan *google form* pada Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung dengan jumlah 58 responden sebagai uji coba. Selanjutnya skala yang terisi secara penuh dilakukan penelitian sesuai ketentuan dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25.0

#### d. Uji Daya Beda dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Tingkatan aitem dapat membedakan individu dengan atribut yang diukur, dilaksanakan uji daya beda aitem dan estimasi koefisien reliabilitas. Daya beda aitem dikatakan tinggi apabila memiliki koefisien korelasi aitem total  $r_{ix} \geq 0,30$  (Azwar 2012). Pendapatan koefisien korelasi antar skor aitem dengan total skor, dilakukan menggunakan analisis *product moment* dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 25.0. Hasil uji beda aitem dan reliabilitas pada setiap skala akan diberikan sebagai berikut:

##### a. Skala Minat Beli Pakaian Bekas

Berdasarkan hasil daya beda aitem dari 32 aitem diperoleh 27 aitem dengan daya beda aitem yang tinggi dan 5 aitem dengan daya beda aitem yang rendah. Koefisien daya beda aitem tinggi berkisar 0.364 sampai 0.782. Koefisien daya beda aitem rendah berkisar 0.711 sampai 0.297. estimasi reliabilitas skala minat beli pakaian bekas menggunakan *Alpha Cronbach* dari 27 aitem senilai 0,937 sehingga disebut *reliable*. Rincian daya beda aitem tinggi dan rendah, sebagai berikut :

Tabel 9. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Pada Skala Minat Beli Pakaian Bekas

No	Aspek	Butir		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>UnFavorable</i>	
1.	Minat Transaksional	1,2,3,4	21,22*,23,24	7
2.	Minat Referensial	17,18,19,20	5*,6,7,8	7
3.	Minat Preferensi	9,10,11*,12	29,30,31,32	7
4.	Minat Eksploratif	25,26,27,28	13*,14*,15,16	6
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>12</b>	<b>27</b>

\*) aitem dengan daya beda rendah

### b. Skala Sensitivitas Harga

Berdasarkan hasil daya beda aitem dari 6 aitem diperoleh 6 aitem dengan beda aitem yang tinggi dan tidak memiliki aitem dengan daya beda aitem yang rendah. Koefisien daya beda aitem tinggi berkisar 0.331 sampai 0.744. Estimasi reliabilitas skala sensitivitas harga menggunakan *Alpha Cronbach* dari 6 aitem senilai 0,772 sehingga disebut *reliable*. Rincian daya beda aitem sebagai berikut :

Tabel 10. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Pada Skala Sensitivitas Harga

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Keterjangkauan Harga Produk	1	4	2
2.	Kesesuain Harga dengan Kualitas Produk	2	5	2
3.	kesesuaian dengan manfaat yang diperoleh dan daya saing dengan penawaran bisnis lainnya	3	6	2
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>

### c. Skala Perilaku Pro-Lingkungan

Berdasarkan hasil daya beda aitem dari 33 aitem diperoleh 25 aitem dengan beda aitem yang tinggi dan 8 aitem dengan daya beda aitem yang rendah. Koefisien daya beda aitem tinggi berkisar 0.321 sampai 0.770. Koefisien daya beda aitem rendah berkisar 0.095 sampai 0.295. estimasi reliabilitas skala perilaku pro-lingkungan menggunakan *Alpha Cronbach* dari 25 aitem senilai 0,937 sehingga disebut *reliable*. Rincian daya beda aitem tinggi dan rendah, sebagai berikut :

Tabel 11. Sebaran Aitem Berdaya Beda Tinggi dan Rendah Pada Skala Perilaku Pro-Lingkungan

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Penghematan Listrik	1*,2,3*,4*	11	2
2.	Mobilitas dan transportasi	19,20	5,6	4
3.	Pencegahan Limbah	7,8,9*,10	29*	3
4.	Daur Ulang	12,13,14,15,16	33	6
5.	Konsumersime	30*,31,32	21,22	4
6.	Konservasi	23*,24,25,26,27,28*	17,18	6
<b>TOTAL</b>		<b>17</b>	<b>8</b>	<b>25</b>

\*) aitem dengan daya beda rendah

#### e. Penomoran Ulang

##### a. Skala Minat Beli Pakaian Bekas

Tahap berikutnya setelah dilaksanakan uji coba daya beda aitem yaitu menyusun aitem menggunakan nomor baru. Aitem dengan daya beda rendah kemudian dihilangkan, sedangkan dengan daya beda tinggi digunakan dalam penelitian. Susunan nomor baru pada skala optimisme masa depan, sebagai berikut:

Tabel 12. Sebaran Nomor Aitem Skala Minat Beli Pakaian Bekas

No	Aspek	Butir		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Minat Transaksional	1,2,(17),(20)	21,(6),(8)	7
2.	Minat Referensial	18,19,(24),(3)	7,(22),(23)	7
3.	Minat Preferensi	9,10,(4)	(5),(13),(14), (27)	7
4.	Minat Eksploratif	25, 26, (11),(12)	15,16	6
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>	<b>12</b>	<b>27</b>

Keterangan : (.....) nomor aitem baru atau nomor aitem pada skala penelitian

##### b. Skala Perilaku Pro-Lingkungan

Tahap berikutnya setelah dilaksanakan uji coba daya beda aitem yaitu menyusun aitem menggunakan nomor baru. Aitem dengan daya beda rendah kemudian dihilangkan, sedangkan dengan daya beda tinggi digunakan dalam penelitian. Susunan nomor baru pada skala optimisme masa depan, sebagai berikut:

Tabel 13. Sebaran Nomor Aitem Skala Perilaku Pro-Lingkungan

No	Aspek	Jumlah Aitem		Jumlah
		<i>F</i>	<i>UF</i>	
1.	Penghematan Listrik	2	11	2
2.	Mobilitas dan transportasi	19,20	5,6	4
3.	Pencegahan Limbah	9,10,(3)	-	3
4.	Daur Ulang	12,14,15,(4),(7)	33	6
5.	Konsumersime	(1),(8)	21,22	4
6.	Konservasi	24,25,(13), (16)	17,18	6
	<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>25</b>

Keterangan : (.....) nomor aitem baru atau nomor aitem pada skala penelitian

### C. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 18 Maret 2024 hingga 31 Maret 2024. Skala penelitian diberikan kepada 359 mahasiswa/i aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penelitian ini dilaksanakan secara daring atau online dengan menggunakan *google form* untuk penyebaran skala penelitian melalui link berikut ini: <https://forms.gle/pcQhJ6i5RJfkhLUF9> yang diberikan dengan cara personal chat ketua angkatan pada setiap fakultasnya, kemudian disebarikan melalui grup *Whatsapp* angkatan masing-masing fakultas sebagai subjek penelitian. Peneliti dibantu oleh ketua angkatan dan perwakilan mahasiswa/i setiap fakultasnya untuk membagikan link form penelitian ke subjek penelitian. Penelitian ini terdiri dari 12 kelompok subjek yang dijadikan sebagai populasi yaitu mahasiswa/i aktif S1 Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri, Fakultas Ilmu Keperawatan, Fakultas Kedokteran, Fakultas Farmasi, Fakultas Kedokteran Gigi, Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Agama Islam, dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Setelah itu, peneliti menggunakan rumus *proportionate* untuk menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini. Selanjutnya, setelah dihitung menggunakan rumus didapatkan 359 mahasiswa/i aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan masing-masing fakultas memiliki jumlah sampel sesuai dengan hitungan

rumus *proportionate* yang telah ditentukan. Berikut adalah jumlah responden yang telah mengisi skala kuesioner dalam setiap fakultasnya:

Tabel 14. Data jumlah mahasiswa/i aktif angkatan 2023/2024 mengisi skala penelitian

<b>Data Jumlah Mahasiswa/i Aktif S1 Angkatan 2023/2024 Mengisi Skala Penelitian</b>		
<b>No</b>	<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah yang Mengisi</b>
1.	Fakultas Ekonomi	42
2.	Fakultas Hukum	54
3.	Fakultas Kedokteran	34
4.	Fakultas Kedokteran Gigi	18
5.	Fakultas Psikologi	17
6.	Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi	23
7.	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	16
8.	Fakultas Agama Islam	21
9.	Fakultas Ilmu Keperawatan	35
10.	Fakultas Farmasi	28
11.	Fakultas Teknik	41
12.	Fakultas Teknik Industri	30
	<b>TOTAL</b>	<b>359</b>

#### **D. Analisis Data dan Hasil Penelitian**

Analisis data dilaksanakan apabila data penelitian telah tergabung yang selanjutnya akan dilaksanakan uji asumsi, terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas yang memiliki tujuan untuk memenuhi asumsi dasar dari teknik korelasi dan dilakukan uji hipotesis serta uji deskriptif agar dapat dilihat bagaimana gambaran kelompok subjek penelitian ini.

##### **1. Uji Asumsi**

Uji asumsi adalah tahap yang dilaksanakan oleh setiap peneliti dalam suatu penelitian sebelum menganalisis data. Uji sumsi terdiri dari dua tahap yaitu tahap uji normalitas dan uji linearitas. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji asumsi menggunakan program SPSS versi 25.0 *for windows*.

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan uji yang dilaksanakan sebagai syarat analisis data untuk melihat apakah data bisa terdistribusi secara normal atau tidak normal. Normalitas dalam data penelitian ini memakai uji teknik *One-Sample Kolmogrov Smirnov Test Unstandardized Residual*. Suatu data dinyatakan terdistribusi normal

apabila signifikan  $> 0,05$ . Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini adalah :

Tabel 15. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Standar Deviasi	KS-Z	Sig.	P	Ket.
Minat Beli Pakaian Bekas	71,30	8,012	0,046	0,062	$>0,05$	Normal
Sensitivitas Harga	19,09	2,296	0,046	0,062	$>0,05$	Normal
Perilaku Pro-Lingkungan	68,13	7,572	0,046	0,062	$>0,05$	Normal

Hasil dari analisis data di atas membuktikan bahwa distribusi data minat beli pakaian bekas, sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan terdistribusi dengan normal karena nilai signifikansi *Unstandardized Residual* yaitu sebesar 0,062 yang mana lebih besar dari 0,05.

#### b. Uji Linearitas

Uji linieritas merupakan suatu tahap untuk menguji sebuah penelitian yang memiliki kegunaan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel dan apakah hasilnya menunjukkan adanya signifikan antar variabel yang sedang diteliti menggunakan uji  $F_{linear}$ . Data dapat dikatakan linier jika memiliki signifikansi  $p \leq 0,05$ . Penguji dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25.0 *for windows*.

Berdasarkan uji linearitas yang telah dilakukan pada variabel sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas diperoleh  $F_{linear}$  sebesar 13,719 dengan taraf signifikansi  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ). Hasil dari uji linearitas pada variabel perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas diperoleh  $F_{linear}$  sebesar 7,343 dengan taraf signifikansi  $p = 0,007$  ( $p < 0,01$ ). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel memiliki linearitas atau terdapat banyak kesamaan sehingga dapat membentuk kurva garis lurus

#### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki kegunaan untuk mengetahui terdapat banyak atau tidaknya korelasi antara variabel bebas yang sedang diteliti dalam suatu regresi. Suatu jenis regresi bisa dikatakan baik apabila memiliki korelasi antara kedua variabel bebas. Uji

multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan pengujian regresi melalui skor *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila VIF menunjukkan angka  $<10$  dan skor *tolerance*  $>0,1$  dapat diartikan bahwa penelitian yang dilakukan bebas dari multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas yang dilakukan terhadap kedua variabel bebas pada penelitian ini memperoleh skor VIF = 0,996 dan skor *tolerance* = 1,004. Hal ini menunjukkan skor pada hitungan VIF  $<10$  dan skor *tolerance*  $>0,1$ . Hasil perhitungan multikolinearitas pada penelitian ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas pada variabel bebas (Sensitivitas Harga dan Perilaku Pro-Lingkungan)

## 2. Uji Hipotesis

### a. Hipotesis Pertama

Pada uji hipotesis pertama dilakukan uji korelasi menggunakan analisis regresi berganda. Tujuannya memakai teknik ini untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas.

Berdasarkan uji korelasi yang telah dilakukan diperoleh hasil  $R = 0,628$  dengan  $F_{hitung} = 115,740$  dan taraf signifikansi 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Hasil ini menunjukkan bahwa sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan bekerja sama dalam mempengaruhi minat beli pakaian bekas. Diperoleh rumus persamaan garis regresi  $Y = aX_1 + bX_2 + C$  yang kemudian diaplikasikan dengan data pada penelitian menjadi  $Y = 0,549X_1 + 0,638X_2 + 17,393$ . Hal ini menunjukkan rerata yang diperoleh dari Minat beli pakaian bekas (kriterium Y) pada mahasiswa aktif S1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang akan mengalami perubahan sebesar 0,549 pada variabel sensitivitas harga (prediktor X1) dan akan mengalami perubahan sebesar 0,638 pada setiap perubahan yang dapat terjadi pada variabel perilaku pro-lingkungan (prediktor X2).

Hasil analisis yang dilakukan pada hipotesis pertama dapat diketahui bahwa sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan bersama-sama memberi sumbangan efektif minat beli pakaian bekas sebesar 39,4% dan sisanya sebesar 60,6% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor internal yaitu pekerjaan, gaya hidup, dan motivasi, ataupun faktor eksternal lainnya seperti sosial dan kualitas produk. Kesimpulan pada hipotesis pertama diterima.

#### **b. Hipotesis Kedua**

Pada hipotesis kedua dilakukan uji korelasi parsial. Uji korelasi parsial memiliki fungsi untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung, dengan salah satu variabel tergantungnya dikontrol. Berdasarkan hasil uji korelasi antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas diperoleh skor  $r_{x1y} = 0,193$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.

#### **c. Hipotesis Ketiga**

Pada hipotesis ketiga dilakukan uji korelasi parsial. Berdasarkan hasil uji korelasi antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas diperoleh skor  $r_{x2y} = 0,608$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima.

### **E. Deskripsi Hasil Penelitian**

Deskripsi suatu data di dalam sebuah penelitian berguna untuk mengungkapkan gambaran skor terhadap subjek atau suatu pengukuran dan juga digunakan sebagai penjelasan yang berhubungan dengan keadaan subjek dengan atribut yang diteliti. Kategori subjek menggunakan distribusi

normal. Hal ini berkaitan dengan pembagian atau pengelompokan subjek berdasarkan kelompok-kelompok yang bertingkat terhadap setiap variabel yang diungkap. Distribusi normal kelompok pada subjek dalam penelitian ini terbagi menjadi lima satuan deviasi. Norma kategorisasi yang digunakan adalah :

Table 16. Norma Kategorisasi Skor

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1.5 \sigma < X$	Sangat Tinggi
$\mu + 0.5 \sigma < X \leq \mu + 1.5 \sigma$	Tinggi
$\mu - 0.5 \sigma < X \leq \mu + 0.5 \sigma$	Sedang
$\mu - 1.5 \sigma < X \leq \mu - 0.5 \sigma$	Rendah
$X \leq \mu - 1.5 \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan : X = Skor yang diperoleh

$\mu$  = Mean Hipotetik

$\sigma$  = Standar Deviasi Hipotetik

### 1. Deskripsi Data Skala Minat Beli Pakaian Bekas

Skala minat beli pakaian bekas terdiri dari 27 aitem yang memiliki daya beda tinggi dengan rentang skor berkisar 1 sampai 4. Skor minimum yang didapatkan subjek adalah 27 berasal dari  $(27 \times 1)$  dan skor tertinggi adalah 108 berasal dari  $(27 \times 4)$ , untuk rentang skor skala yang di dapatkan 81 berasal dari  $(108 - 27)$ , dengan nilai standar deviasi 13,5 berasal dari  $(81 : 6)$  dan hasil *mean* hipotetik 67,5 yang berasal dari  $(108 + 27) : 2$ .

Skor minat beli pakaian bekas berdasarkan hasil penelitian didapatkan skor minimum empirik sebesar 52 skor maksimum empirik sebesar 99, *mean* empirik sebesar 71,35 dan standar deviasi empirik sebesar 8,068.

Berikut deskripsi skor minat beli pakaian bekas :

Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Minat Beli Pakaian Bekas

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	52	27
Skor Maksimum	99	108
<i>Mean</i> (M)	71,35	67,5
Standar Deviasi	8,068	13,5

Berdasarkan standar pada tabel di atas terlihat bahwa *mean* empirik lebih besar daripada *mean hipotetik* yaitu sebesar  $(71,35 > 67,5)$ . Dengan demikian, kelompok sasaran termasuk dalam kategori sedang. Berikut

deskripsi data variabel minat beli pakaian bekas secara keseluruhan dengan mengacu pada norma kategorisasi:

Tabel 18. Kategori Skor Minat Beli Pakaian Bekas

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$87,75 < 108$	Sangat Tinggi	25	<b>6,96%</b>
$74,25 < X \leq 87,75$	Tinggi	61	<b>17%</b>
$60,75 < X \leq 74,25$	Sedang	262	<b>72,98%</b>
$47,25 < X \leq 60,75$	Rendah	11	<b>3,06%</b>
$27 \leq 47,25$	Sangat Rendah	0	<b>0%</b>
	<b>Total</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

Menurut tabel di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu pada variabel minat beli pakaian bekas terdapat 25 mahasiswa (6,96%) termasuk pada kategori sangat tinggi, selanjutnya terdapat 61 mahasiswa (17%) termasuk dalam kategori tinggi, terdapat 262 mahasiswa (72,98%) yang termasuk dalam kategori sedang, terdapat 11 mahasiswa (3,06%) termasuk dalam kategori rendah, dan terdapat 0 mahasiswa (0%) termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal ini membuktikan sebagian besar mahasiswa mempunyai nilai rata-rata skor minat beli pakaian bekas pada kategori sedang. Hasil terperinci pada gambar norma minat beli pakaian bekas yaitu:



Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Minat Beli Pakaian Bekas

## 2. Deskripsi data Skala Sensitivitas Harga

Skala sensitivitas harga terdiri dari 6 aitem yang memiliki daya beda tinggi dengan rentang skor berkisar 1 sampai 4. Skor minimum yang didapatkan subjek adalah 6 berasal dari  $(6 \times 1)$  dan skor tertinggi adalah 24 berasal dari  $(6 \times 4)$ , untuk rentang skor skala yang di dapatkan 18 berasal dari  $(24 - 6)$ , dengan nilai standar deviasi 3 berasal dari  $(18 : 6)$  dan hasil *mean* hipotetik 15 yang berasal dari  $(24 + 6) : 2$ .

Skor minat beli pakaian bekas berdasarkan hasil penelitian didapatkan skor minimum empirik sebesar 13 skor maksimum empirik sebesar 24, *mean* empirik sebesar 19,09 dan standar deviasi empirik sebesar 2,294. Berikut deskripsi skor minat beli pakaian bekas :

Tabel 19. Deskripsi Skor pada Skala Sensitivitas Harga

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	13	6
Skor Maksimum	24	24
Mean (M)	19,09	15
Standar Deviasi	2,294	3

Berdasarkan standar pada tabel di atas terlihat bahwa *mean* empirik lebih besar daripada *mean hipotetik* yaitu sebesar ( $19,09 > 15$ ). Dengan demikian, kelompok sasaran termasuk dalam kategori tinggi. Berikut deskripsi data variabel sensitivitas harga secara keseluruhan dengan mengacu pada norma kategorisasi:

Tabel 20. Kategori Skor Sensitivitas Harga

Norma	Kategorisasi	Jumlah	Presentase
$19,5 < 24$	Sangat Tinggi	166	46,24%
$16,5 < X \leq 19,5$	Tinggi	173	48,19%
$13,5 < X \leq 16,5$	Sedang	19	5,3%
$10,5 < X \leq 13,5$	Rendah	1	0,27%
$6 \leq 10,5$	Sangat Rendah	0	0%
	<b>Total</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

Menurut tabel di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu pada variabel sensitivitas harga terdapat 166 mahasiswa (46,24%) termasuk pada kategori sangat tinggi, selanjutnya terdapat 173 mahasiswa (48,19%) termasuk dalam kategori tinggi, terdapat 19 mahasiswa (5,3%) yang termasuk dalam kategori sedang, terdapat 1 mahasiswa (0,27%) termasuk dalam kategori rendah, dan terdapat 0 mahasiswa (0%) termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal ini membuktikan sebagian besar mahasiswa mempunyai nilai rata-rata skor sensitivitas harga pada kategori tinggi. Hasil terperinci pada gambar norma minat beli pakaian bekas yaitu:



Gambar 3. Norma Kategorisasi Sensitivitas Harga

### 3. Deskripsi Skala Perilaku Pro-Lingkungan

Skala minat beli pakaian bekas terdiri dari 25 aitem yang memiliki daya beda tinggi dengan rentang skor berkisar 1 sampai 4. Skor minimum yang didapatkan subjek adalah 25 berasal dari ( $25 \times 1$ ) dan skor tertinggi adalah 100 berasal dari ( $25 \times 4$ ), untuk rentang skor skala yang di dapatkan

75 berasal dari  $(100 - 25)$ , dengan nilai standar deviasi 12,5 berasal dari  $(75 : 6)$  dan hasil *mean* hipotetik 62,5 yang berasal dari  $(100 + 25) : 2$ .

Skor perilaku pro-lingkungan berdasarkan hasil penelitian didapatkan skor minimum empirik sebesar 50 skor maksimum empirik sebesar 94, *mean* empirik sebesar 68,12 dan standar deviasi empirik sebesar 7,564. Berikut deskripsi skor minat beli pakaian bekas :

Tabel 21. Deskripsi Skor pada Skala Perilaku Pro-Lingkungan

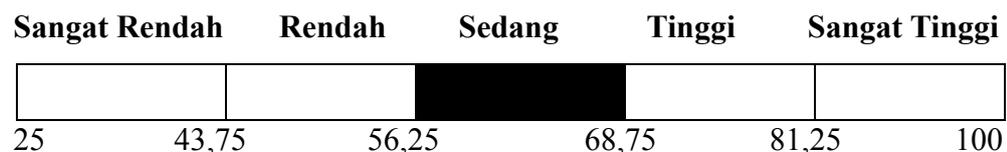
	<b>Empirik</b>	<b>Hipotetik</b>
Skor Minimum	50	25
Skor Maksimum	94	100
<i>Mean</i> (M)	68,12	62,5
Standar Deviasi	7,564	12,5

Berdasarkan standar pada tabel di atas terlihat bahwa *mean* empirik lebih besar daripada *mean hipotetik* yaitu sebesar  $(68,12 > 62,5)$ . Dengan demikian, kelompok sasaran termasuk dalam kategori sedang. Berikut deskripsi data variabel perilaku pro-lingkungan secara keseluruhan dengan mengacu pada norma kategorisasi:

Tabel 22. Kategori Skor Perilaku Pro-Lingkungan

<b>Norma</b>	<b>Kategorisasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
$81,25 < 100$	Sangat Tinggi	23	<b>6,40%</b>
$68,75 < X \leq 81,25$	Tinggi	160	<b>44,58%</b>
$56,25 < X \leq 68,75$	Sedang	164	<b>45,68%</b>
$43,75 < X \leq 56,25$	Rendah	12	<b>3,34%</b>
$25 \leq 43,75$	Sangat Rendah	0	<b>0%</b>
	<b>Total</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

Menurut tabel di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu pada variabel minat beli pakaian bekas terdapat 23 mahasiswa (6,40%) termasuk pada kategori sangat tinggi, selanjutnya terdapat 160 mahasiswa (44,58%) termasuk dalam kategori tinggi, terdapat 164 mahasiswa (45,68%) yang termasuk dalam kategori sedang, terdapat 12 mahasiswa (3,34%) termasuk dalam kategori rendah, dan terdapat 0 mahasiswa (0%) termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal ini membuktikan sebagian besar mahasiswa mempunyai nilai rata-rata skor perilaku pro-lingkungan pada kategori sedang. Hasil terperinci pada gambar norma minat beli pakaian bekas yaitu:



Gambar 4. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Pro-Lingkungan

## F. Pembahasan

Perkembangan teknologi saat ini sudah memberikan banyak pengaruh yang cukup signifikan dalam kehidupan manusia, seperti perkembangan dalam *fashion* atau istilah lainnya sebagai *mode* atau *style*. *Fashion* saat ini bukan hanya sekedar menjadi pelindung tubuh, namun dapat dimanfaatkan sebagai identitas diri dalam masyarakat, salah satunya dengan cara mengikuti *trend fashion* yang sedang berlangsung. Berkembangnya *trend fashion* saat ini menuntut seseorang untuk tetap mengikuti *trend* dengan mengkonsumsi produk *fashion* yang sedang digemari dengan harga yang lebih terjangkau, salah satunya adalah dengan membeli pakaian bekas. Menurut (Maulidah dan Russanti 2021) minat seseorang terhadap pakaian bekas sangat tinggi, hal ini berkaitan dengan adanya *trend fashion* yang membuat kepopuleran pakaian bekas semakin menanjak, karena kebanyakan masyarakat menganggap pakaian bekas sebagai mode yang unik dan klasik. (Kotler & Keller 2012) mendefinikan minat beli sebagai perilaku konsumen yang muncul sebagai reaksi terhadap suatu objek atau keinginan pada diri seseorang untuk membeli barang. Minat beli konsumen dapat muncul karena rangsangan atau insentif yang ditawarkan oleh penjual, seperti promosi harga dan diskon. Selain itu, kesesuaian dengan selera dan kebutuhan konsumen, seperti mencari *fashion* yang ramah lingkungan.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yaitu terdapat hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang memperoleh  $R=0,628$  dan  $F_{hitung} = 115,740$  dan taraf signifikansi  $0,000$  ( $p < 0,01$ ). Oleh karena itu, dapat diketahui

bahwa terdapat hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Variabel sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan memberikan sumbangan efektif minat beli pakaian bekas sebesar 39,4% dan sisanya sebesar 60,6% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor internal yaitu pekerjaan, gaya hidup, dan motivasi, ataupun faktor eksternal lainnya seperti sosial dan kualitas produk.

Hasil yang di dapat pada penelitian ini yaitu hipotesis pertama diterima karena penelitian ini mengungkapkan sensitivitas harga yang tinggi pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang dimana mahasiswa memiliki keinginan dan kebutuhan *fashion* yang tinggi, namun cenderung tidak memiliki anggaran yang banyak dalam memenuhi kebutuhan *fashion*. Sehingga, mahasiswa mencari cara lain seperti membeli pakaian bekas sebagai kebutuhan *fashion* yang murah tapi tetap sesuai seperti gaya atau *style* mahasiswa. Hipotesis kedua juga diterima karena penelitian ini mengungkapkan adanya perilaku pro-lingkungan yang dimana subjek ingin melindungi lingkungannya saat ini, karena sudah terlalu banyak kerusakan yang terjadi pada alam ini, sehingga menimbulkan rasa ingin menjaga dari hal kecil. Hipotesis ketiga dapat diterima karena mahasiswa selalu ingin tampil modis dan tidak ketinggalan zaman dengan mengikuti *trend fashion* dengan anggaran dan perilaku yang tidak merugikan diri sendiri, orang lain ataupun lingkungan.

(Setiawan dan Kusumawardani 2021) menuturkan bahwasanya seseorang dengan kesadaran terhadap perekonomian dan kepeduliannya terhadap lingkungan akan cenderung memilih untuk melakukan pembelian produk pakaian bekas karena seseorang yang memiliki sensitivitas harga yang tinggi cenderung akan berhemat dengan mencari harga murah. Kepedulian terhadap lingkungan, memunculkan perilaku pro-lingkungan yang dimana seseorang juga akan menyadari pentingnya memiliki perilaku yang ramah lingkungan dengan tidak membuang atau menyia-nyiakan sesuatu, membeli barang bekas menjadi salah satu gaya hidup ramah lingkungan. Minat beli pakaian bekas dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan. Penelitian ini didukung penelitian lain yang

sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh (Widodo dan Devica 2022) yang berjudul “Pengaruh *Price Sensitivity* dan *Environmentalism* Terhadap *Purchase Intention* Pada Pakaian *Thrift*”, diperoleh hasil semakin tinggi sensitivitas harga seseorang maka semakin tinggi pula niat beli seseorang dalam melakukan pembelian pakaian *thrift* diterima. Namun, hasil semakin tinggi *environmentalism* seseorang maka semakin tinggi pula niat beli seseorang dalam melakukan pembelian pakaian *thrift* ditolak.

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Hasil dari uji korelasi parsial diperoleh skor  $r_{x1y} = 0,193$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

(Cervellon dkk 2012) menjelaskan bahwa sensitivitas harga menjadi salah satu faktor minat membeli pakaian bekas. Sensitivitas harga merupakan dimana seseorang mencari harga murah. Ketika seseorang memiliki sensitivitas harga yang tinggi hal itu berarti seseorang tersebut cenderung lebih suka untuk melakukan pembelian barang dengan harga yang murah seperti pakaian bekas karena memiliki harga yang jauh lebih murah dari produk *fashion* lainnya dan cenderung akan menunjukkan permintaan yang lebih rendah seiring dengan adanya kenaikan harga (Widodo dan Devica 2022). Penelitian ini didukung penelitian lain yang sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh (Cervellon dkk 2012) yang berjudul “Sesuatu Yang Tua, Sesuatu Yang Bekas Faktor Penentu Pembelian Busana Vintage oleh Wanita vs Busana bekas” dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sensitivitas harga menjadi prediktor positif dalam perilaku belanja barang bekas.

Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Hasil dari uji korelasi parsial diperoleh skor  $r_{x2y} = 0,608$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,01$ ). Hal ini dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif

dan signifikansi antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

(Wardhani 2019) menjelaskan bahwa perilaku pro-lingkungan masuk dalam faktor eksternal minat beli pakaian bekas. Perilaku pro-lingkungan merupakan perilaku yang tumbuh dari kesadaran seseorang untuk meminimalisir dampak negatif dari tindakan seseorang terhadap kondisi alam dan pembangunan, oleh karena itu perilaku pro-lingkungan merupakan faktor dalam menentukan seseorang dalam minat membeli pakaian bekas. Penelitian ini didukung penelitian lain yang sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh (Setiawan dan Kusumawardani 2021) yang berjudul “Faktor Penentu Niat Membeli Kembali Pakaian Bekas: Perspektif Konsumen Indonesia” dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan berpengaruh signifikan terhadap niat membeli pakaian bekas.

Deskripsi data skor pada variabel minat beli pakaian bekas termasuk dalam kategori sedang yang berarti bahwa minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang tergolong banyak. Artinya mahasiswa di Universitas Islam Sultan Agung Semarang memiliki ketertarikan pada *trend fashion* pakaian bekas yang saat ini sedang ramai di kalangan masyarakat.

Deskripsi data skor pada variabel sensitivitas harga termasuk dalam kategori tinggi yang berarti bahwa sensitivitas harga pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang tergolong tinggi. Artinya mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang menyukai produk dengan harga yang terjangkau dan masuk dalam kantong pelajar.

Deskripsi data skor pada variabel perilaku pro-lingkungan termasuk dalam kategori sedang yang berarti bahwa minat beli pakaian bekas pada mahasiswa S-1 Universitas Islam Sultan Agung Semarang tergolong sedang. Artinya mahasiswa di Universitas Islam Sultan Agung Semarang memiliki ketertarikan pada *trend fashion* yang ramah lingkungan.

### G. Kelemahan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa kelemahan penelitian sebagai berikut:

1. Kajian literatur yang digunakan peneliti masih kurang sehingga peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperbanyak literatur.
2. Pada saat wawancara subjek, peneliti tidak menggunakan *guideline* wawancara yang tepat sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kurang tepat menggambarkan variabel tergantung.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan serta analisis data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan, antara lain:

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima karena menunjukkan adanya hubungan antara sensitivitas harga dan perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima karena menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara sensitivitas harga dengan minat beli pakaian bekas.
3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima karena menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara perilaku pro-lingkungan dengan minat beli pakaian bekas.

#### **B. Saran**

##### **1. Bagi Mahasiswa**

Mahasiswa yang menjadi subjek penelitian ini diharapkan dapat mempertahankan perilaku pro-lingkungan dengan cara membeli pakaian bekas agar lingkungan dapat terus terjaga dan dapat mengurangi limbah yang dapat merusak lingkungan alam ini.

##### **2. Bagi Universitas**

Universitas diharapkan dapat memberikan fasilitas mengenai permasalahan kebutuhan ini dengan membuat kegiatan yang dapat membantu mahasiswa dan masyarakat sekitar dapat memenuhi kebutuhan sandang dengan harga yang murah dan meminimalisir limbah tekstil dari pakaiannya itu sendiri.

##### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama diharapkan untuk menggunakan faktor lain seperti faktor eksternal seperti kehidupan sosial ataupun faktor internal seperti pekerjaan, dan gaya hidup.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, dkk. 2014. "Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company." *Journal of Social and Behavioral Sciences* 143(71):822–26.
- Agustian, dkk. 2023. "Fenomena Fashion Thrift Dikalangan Mahasiswa Fisipkom Unida Sebagai Bentuk Mengekspresikan Diri." *Karimah Tauhd* 2(1):100–110.
- Aswadana, dkk. 2022. "Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting." *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (1):532–40.
- Athirah, Tsamara. 2022. "Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pakaian thrift pada Masyarakat Kecamatan Sekupang di masa pandemi Covid-19 Menurut Ekonomi Syariah." *Skripsi* 1–69.
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2015. *Dasar-dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bechtel, R And Churchman, A. 2012. "Handbook of Environmental Psychology." New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Booth. 2014. "Beliefs and attitudes regarding drug treatment: Application of the Theory of Planned Behavior in African American cocaine users\_." *Addictive Behaviors* 39(10):1441–46.
- Bringe, Alison. 2023. "From Awareness To Revenue: Leveraging Social Media In Fashion, Luxury And Beauty." *Forbes*. Diambil (<https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2023/04/17/from-awareness-to-revenue-leveraging-social-media-in-fashion-luxury-and-beauty/?sh=5c9686be74df>).
- Caniago, Aspizain, dan Agung Edi Rustanto. 2022. "Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee)." *Responsive* 5(1):19. doi: 10.24198/responsive.v5i1.39338.
- Cervellon dkk. 2012. "Something old, something used: Determinants of women's purchase of vintage fashion vs second-hand fashion." *International Journal of Retail and Distribution Management* 40(12):956–74. doi: 10.1108/09590551211274946.
- Cong, Yue, dan Yaqin Zheng. 2017. "A Literature Review of the Influence of Electronic Word-of-Mouth on Consumer Purchase Intention." *Open Journal of Business and Management* 05(03):543–49. doi: 10.4236/ojbm.2017.53047.
- Demokrawati, Fiqa Adha. 2014. "Analisa Quick Count Dengan Menggunakan Metode Stratified Random sampling (Studi Kasus Pemilu Walikota Bandung

2013).” *Universitas Pendidikan Indonesia* 22–23.

- Dominique-Ferreira, S., & Antunes, C. 2020. “Estimating the price range and the effect of price bundling strategies: An application to the hotel sector.” *European Journal of Management and Business Economics* 29(1):166–81. doi: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-04-2019-0066%22>.
- Evelina, Lidya Wati, dan Muhammad Ramzy Satrio Wibisono. 2021. “Trend Milenial Menggunakan Second Branded Fashion Branded Street Wear Sebagai Identitas Diri.” *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis* 6(2):237–55.
- Firdausi, Dina Rynduning. 2021. “PEMAKNAAN FASHION THRIFT SEBAGAI KOMUNIKASI.” *Skripsi Sarjana, Universitas Islam Indonesia* 10:6.
- Ghilmansyah, Rifky. 2022. “Fenomena Thrifting sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor.” *Jurnal Nomosleca* 8(1):1–16. doi: 10.26905/nomosleca.v8i1.6308.
- Gifford, R., & Nilsson, A. 2014. “pro-environmental concern and behaviour.” *A review* 1–17. doi: <https://doi.org/10.1002/ijop.12034>.
- Goldsmith, Ronald E., dan Stephen J. Newell. 1997. “Innovativeness and price sensitivity: managerial, theoretical and methodological issues.” *Journal of Product & Brand Management* 6(3):163–74. doi: 10.1108/10610429710175682.
- Grewal, Dhruv, Kent B. Monroe, dan R. Krishnan. 1998. “The effects of price-comparison advertising on buyers’ perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions.” *Journal of Marketing* 62(2):46–59. doi: 10.2307/1252160.
- Hakim & Irwan. 2021. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Gedebage Kota Bandung.” *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa* 2(1):1–8. doi: 10.23969/brainy.v2i1.37.
- Kaiser, dkk. 2007. “Behavior-based environmental attitude: Development of an instrument for adolescents.” *Journal of Environmental Psychology* 27(3):242–51. doi: 10.1016/j.jenvp.2007.06.004.
- Keni, dkk. 2019. “Pengaruh Social Network Marketing (Snm) Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Pelanggan.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 2(6):68–74. doi: 10.24912/jmbk.v2i6.4910.
- Khudhair, dkk. 2019. “A conceptual model of customer satisfaction: Moderating effects of price sensitivity and quality seekers in the airline industry.” *Contemporary Economics* 13(3):282–92. doi: <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.313%22>.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. 2002. “Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro- environmental behavior.” 37–41.

- Kotler & Keller. 2012. "Marketing an Introduction." New Jersey: Prentice Hall.
- Larson, Heidi J., dkk. 2015. "Measuring vaccine hesitancy: The development of a survey tool." *Vaccine* 33(34):4165–75. doi: 10.1016/j.vaccine.2015.04.037.
- Maulidah, Fa'ziah, dan Irma Russanti. 2021. "Faktor–faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas." *E-Journal* 10(3):62–68.
- Omran, M. S. 2014. "The Effect of Educating Environmental Ethics on Behavior and Attitude to Environment Protection. European Online." *Journal of Natural and Social Science* 3(3):141–51.
- Palupi, Tyas, dan Dian Ratna Sawitri. 2017. "Hubungan Antara Sikap Dengan Perilaku Pro-Lingkungan Ditinjau dari Perspektif Theory Of Planned Behavior." *Proceeding Biology Education Conference* 14(1):214–17.
- Peleg Mizrahi, Meital, dan Alon Tal. 2022. "Sustainable Fashion—Rationale and Policies." *Encyclopedia* 2(2):1154–67. doi: 10.3390/encyclopedia2020077.
- Pratiwi, C. 2020. Hubungan Place Attachment Dengan Perilaku Pro Lingkungan Pada Siswa Sekolah Adiwiyata (*Studi Di Sman 7 Pekanbaru*).
- Preau, Galaad. 2020. "Sustainability and Globalization in Fashion: Can The Fashion Industry Become Sustainable, While Remaining Globalized?" *HEC Paris* (September):6.
- Sawitri, D. R., dkk. 2015. "Pro-Environmental Behavior from a SocialCognitive Theory Perspective." *Procedia Environmental Sciences*, 27–33.
- Setiawan, David Anthony, dan Kunthi Kusumawardani. 2021. "Determinants of Secondhand Clothes Repurchase Intention : Indonesian Consumer ' s Perspective Determinants of Secondhand Clothes Repurchase Intention : Indonesian Consumer ' s Perspective David Anthony Setiawan ( Corresponding author ) and Kunthi Afrilind." (February).
- Shankar, V., A. Rangaswamy, dan M. Pusateri. 1999. "Customer price sensitivity and the online medium." *College Park, MD* (February).
- Sinambela, dkk. 2019. "Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Sensitivitas Harga." *Ekonomi, Keuangan, iVestasi dan Syariah (EKUITAS)* 1(1):9–15.
- Steg, L., & Vlek, C. 2009. "Encouraging pro-environmental behaviour : An integrative review and research agenda." *Journal of Environmental Psychology*, 29(3):309–17. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.10.004>.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.
- Sugiyono. 2019. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.

- Suryajaya, I., & Sienatra, K. 2021. "Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It
- Swastha, Basu & Irawan. 2005. "Manajemen Pemasaran Modern." Yogyakarta: Liberty.
- Syahputri, Nur Mustika, dan Marliyah Marliyah. 2023. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU." *Jesya* 6(1):282–96. doi: 10.36778/jesya.v6i1.922.
- Wardhani, Diah Fitri. 2019. "Faktor – Faktor Toko, Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas di Metro." *Baju Bataman Ganjar Agung Kota*.
- Weiler, A. 2005. "Information-Seeking Behavior in Generation Y Students: Motivation, Critical Thinking, and Learning Theory." *The Journal of Academic Librarianship* 31(1):46–53. doi: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2004.09.009>.
- Wibowo, Bangun Adi. 2015. "Pengaruh Suasana Toko, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjarnegara." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Widodo, Mentari Septynaputr, dan Sadana Devica. 2022. "Pengaruh Price Sensitivity Dan Environmentalism Terhadap Purchase Intention Pada Pakaian Thrift." *Jurnal Bisnis Terapan* 6(2):171–82. doi: 10.24123/jbt.v6i2.5107.
- Zelezny, Lynnette C., dan P. Wesley Schultz. 2000. "Promoting Environmentalism." *Journal of Social Issues* 56(3):365–71.

