

## INTISARI

Limbah tekstil menjadi salah satu penyumbang terhadap jumlah sampah di dunia. Bahkan limbah tekstil menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Salah satu segmen yang berperan besar adalah produk *fast fashion* yang menyediakan pakaian mengikuti tren sehingga model yang disediakan berubah dengan cepat. *Thrifting* atau *secondhand* merupakan cara yang efisien untuk meminimalkan limbah yang dihasilkan oleh industri fesyen. Gen Z memiliki kecenderungan lebih dalam perilaku sadar lingkungan dan perempuan berpotensi pada pertumbuhan *market fashion*. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis perilaku pembelian kembali thrift clothes pada perempuan di Indonesia.

Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian kembali *thrift clothes* pada perempuan gen Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Sebanyak 528 responden perempuan gen Z di Indonesia yang sebelumnya pernah membeli *thrift clothes* menjawab kuesioner online yang disebar ke beberapa *platform* media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor paling berpengaruh terhadap perilaku pembelian kembali *thrift clothes* adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, lingkungan berbelanja, ketidakpastian pasif (informasi *review online* dan internet), dan ketidakpastian interaktif (interaksi langsung dengan penjual) dengan pengaruh paling besar diberikan oleh kualitas produk. Oleh karena itu, penjual *thrift clothes* dapat memfokuskan kualitas *thrift clothes* sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong perilaku pembelian ulang.

**Kata Kunci:** Perilaku Pembelian Ulang, *Thrift Clothes*, PLS-SEM

## ABSTRACT

Textile waste is one of the contributors to the amount of waste in the world. Even textile waste shows an increase from year to year. One segment that plays a big role is fast fashion products that provide clothing following trends so that the models provided change quickly. Thrifting or secondhand is an efficient way to minimize the waste generated by the fashion industry. Gen Z has more inclination in environmentally conscious behavior and women have the potential to grow the fashion market. Therefore, this study analyzes the repurchase behavior of thrift clothes among women in Indonesia.

The study aims to analyze the factors that influence the repurchase behavior of thrift clothes on gen Z women in Indonesia. This research uses the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis method. A total of 528 female gen Z respondents in Indonesia who had previously purchased thrift clothes answered an online questionnaire distributed to several social media platforms.

The results of this study indicate that the most influential factor on thrift clothes repurchase behavior is customer satisfaction. Customer satisfaction is influenced by price, product quality, shopping environment, passive uncertainty (online and internet review information), and interactive uncertainty (direct interaction with the seller) with the most influence given by product quality. Therefore, thrift clothes sellers can focus on the quality of thrift clothes to increase customer satisfaction and encourage repurchase behavior.

**Keywords:** Repurchase Intention, Thrift Clothes, PLS-SEM