

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PAKAIAN BEKAS

NURYAKINAH SIREGAR

15/387301/PEK/20804

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli pakaian bekas. Pakaian bekas sering diidentikan dengan konotasi negatif, namun jual beli pakaian bekas merupakan hal yang lumrah di negara barat. Bahkan upaya mengurangi dampak lingkungan terkait isu pemanasan global mampu membuat konsumen tertarik menggunakan kembali atau mendaur ulang pakaian bekas. Jika konsumsi pakaian bekas di negara seperti Amerika Serikat dan Eropa Barat cenderung untuk membangun identitas diri, di negara Afrika dan Filipina dasar pembelian pakaian bekas lebih dimotivasi oleh faktor ekonomi.

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap 20 orang responden. Data dianalisis dengan merangkum dan memilih hal-hal yang pokok dan membuang hal yang kurang penting. Selanjutnya data disederhanakan dengan pengelompokkan kategori dan disajikan dalam bentuk uraian singkat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ekonomi lebih memotivasi konsumen dalam membeli pakaian bekas. Konsumen membeli pakaian bekas karena harga murah dan kualitas bagus, jika beruntung konsumen bisa mendapatkan pakaian bekas bermerek dengan harga miring. Pakaian bekas juga dibeli untuk memenuhi kebutuhan tampil beda dan aktualisasi diri. Perihal pakaian bekas identik dengan konotasi negatif tidak ditemukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: konsumen, pakaian bekas, pasar pakaian bekas, bazar barang bekas, keputusan pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS THAT ARE CONSIDERED BY CONSUMERS IN BUYING SECONDHAND CLOTHES

NURYAKINAH SIREGAR

15/387301/PEK/20804

The purpose of this research is to analyze factors that are considered by consumers in buying secondhand clothes. Secondhand clothes often identified with negative connotation, however selling and buying secondhand clothes are common in West Country. Even issue related global warming able to influence consumer reuse or recycle secondhand clothes. Consumption of secondhand clothes such as in United States and West Europe tend to build personal identity. While in Africa and Philippines, purchasing secondhand clothes are more motivated by economic factor.

Within this research, researcher used qualitative approach. Primary data was obtained by interviewing 20 respondents. Data is analyzed by summarizing and selecting the main subject and discarding the less important subject. Furthermore, data is simplified by grouping categories and presented in form of description.

This research given finding that economic factor motivated customer to buy secondhand clothes. Consumer buy secondhand clothes because of low price and good quality. If lucky, consumer can get branded secondhand clothes at low price. The result also found that secondhand clothes are bought to meet the needs of being different and self-actualization. Regarding secondhand clothes identical to negative connotation not found in this study.

Keywords: consumer, secondhand clothes, secondhand clothes market, garage sale, decision making.