

PENGARUH GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN *SECOND* DI SA THRIFT SHOP

¹Fitri Dewi Afiany, ²Imam Arif Fajari

^{1,2}Universitas Insan Cendekia Mandiri, Jl. Banten No 11, Bandung 40272, Indonesia

Korespondensi:
fitriafiany87@gmail.com

ABSTRACT: *This study aims to understand the influence of lifestyle and price on people's interest in buying second hand clothes at the SA Thrift Shop. The goal is to find out the influence of lifestyle on SA Thrift Shop Bandung consumers' interest in buying their second-hand clothes; to determine the effect of price on SA Thrift Shop Bandung consumers' interest in buying their second-hand clothes; and to determine consumer interest in buying second-hand clothes at SA Thrift Shop Bandung. This study uses quantitative-descriptive research methods with research data obtained from questionnaires by taking as many as 96 respondents. The analysis of the data used in this study is Multiple Linear Regression using SPSS version 26 The result of this study indicates that the Lifestyle Variable has a Positive Effect, namely the t count of the Lifestyle variable is 4.289, greater than the t table of 1.661.*

Keywords: *Lifestyle, Price, Buying Interest*

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh gaya hidup dan harga terhadap minat beli pakaian second di SA Thrift Shop. Sebagai tujuan diantaranya untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pakaian second pada Konsumen SA Thrift Shop Bandung, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pakaian pada Konsumen SA Thrift Shop Bandung, dan untuk mengetahui minat konsumen terhadap pakaian second pada SA Thrift Shop Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif-deskriptif dengan data penelitian ini diperoleh dari kuesioner dengan mengambil responden sebanyak 96 orang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan SPSS versi 26 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Gaya Hidup berpengaruh Positif yaitu t hitung variabel Gaya Hidup adalah sebesar 4.289 lebih besar dari t tabel sebesar 1,661.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Harga, Minat Beli.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan pokok manusia terdiri dari kebutuhan pangan, sandang dan papan. Namun pada zaman modern ini kebutuhan manusia semakin beragam. Tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan terus menerus mengalami progres mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer dan yang mana kebutuhan sekunder.

Minat membeli yaitu sesuatu yang muncul ketika seseorang merasa tertarik pada produk yang dilihatnya, kemudian muncul ketertarikan untuk mencoba sehingga timbul keinginan untuk membeli barang tersebut. Minat masyarakat terhadap pakaian second tampak tinggi dilihat dari tingkat pembelinya, selain karena faktor harga yang terjangkau serta keadaan ekonomi juga dikarenakan adanya kesesuaian antara produk dengan dirinya. Minat membeli merupakan bagian penting yang mengawali keputusan membeli konsumen nantinya yang dipengaruhi oleh perdagangan positif dan negatif terhadap produk yang dituju, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta harapannya akan produk tersebut. Pakaian second merupakan pakaian yang dibeli dari konsumen pertama kemudian dijual kembali kepada konsumen kedua ataupun seterusnya. Pakaian ini memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat yaitu selain memiliki kualitas yang baik dan juga harga yang relatif murah, umumnya pakaian second sisa import ini memiliki merek-merek yang sudah diakui kualitasnya dan dengan model yang tidak ketinggalan zaman. (Wati, 2019)

Pakaian second sudah diperdagangkan sejak berpuluh-puluh tahun lalu di Indonesia. Hingga akhirnya pada tahun 1982 impor pakaian second ini dilarang. Kenyataannya kini barang-barang tersebut tetap masuk Indonesia melalui cara ilegal atau diselundupkan. Berdasarkan hasil tangkap Bea Cukai, asal pakaian bekas impor tersebut berasal dari Malaysia. Namun menurut pengakuan pedagang pakaian, pakaian bekas tersebut berasal dari Asia Timur seperti Korea dan Jepang. Fenomena pakaian bekas impor merupakan salah satu masalah klasik yang kini belum tuntas. Asal pakaian bekas tersebut memang bukan dari Malaysia. Jadi Malaysia hanya perantara saja dari kegiatan bongkar muat pakaian ilegal ini atau *transshipment*. Negara asal pakaian bekas ini beragam, namun lebih banyak dari Jepang dan Korea sebab pakaian bekas yang berasal dari kedua negara tersebut memiliki kelebihan yaitu ukurannya hampir sama dengan ukuran orang Indonesia, selain style dan fashion merupakan faktor utama pemilihan pakaian yang akan dijual. (Hasibuan, 2019)

TINJAUAN PUSTAKA

Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Dengan indikator-indikatornya : Kegiatan (*Activity*), Minat (*Interest*), Opini (*Opinion*). Kotler dan Keller (2012:192),

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah barang atau jasa (Kotler, 2003) Dengan indikator-indikatornya : Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

Minat Beli

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak point yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal ini sangat diperlukan oleh para pemesan untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang. (Assael 2001:53) Dengan indikator-indikatornya : Transaksional, Referensial, Eksploratif.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, populasi objek penelitian adalah konsumen di SA Thrift Shop Bandung dari 1 bulan penelitian dengan jumlah kurang lebih 2505 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus dengan ketentuan dalam rumus slovin Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar. Jadi, rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah 10 % dari populasi penelitian di SA Thriftshop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment. Dalam penelitian ini menggunakan $\alpha = 5\%$ sehingga syarat minimum suatu instrumen dianggap valid adalah jika tingkat signifikansi dari r hitung lebih kecil dari 0,05.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X1,X2.....Xn) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi berganda digunakan untuk menjelaskan suatu variabel respons (variabel terikat/dependen) menggunakan lebih dari satu variabel input (variabel bebas, independen variabel/eksogen)

Tabel 1
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Toleranc e	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.727	2.136		8.300	.000
X1	.466	.109	.432	4.289	.000
X2	.114	.130	.088	.874	.384

Sumber: Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2022

$$Y=17.727 +.0,466 X1 + 0,114 X2 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 17.727 menunjukkan bahwa bila variabel independennya nol maka tingkat Minat Beli Konsumen terhadap pakaian second branded yang dihasilkan sebesar 17.727.
2. Koefisien regresi 0.466 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 kali Gaya Hidup Konsumen akan menambah minat beli konsumen terhadap pakaian second branded sebesar 0.466 maka dapat disimpulkan gaya hidup berpengaruh positif terhadap Minat Beli.
3. Koefisien regresi 0,114 menyatakan bahwa harga Produk akan menambah Minat Beli konsumen terhadap pakaian second branded sebesar 0,114 maka dapat disimpulkan harga Produk berpengaruh positif terhadap Minat Beli.

Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing indikator dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Untuk menentukan nilai t- tabel, maka ditentukan dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah indikator/variabel.

Tabel 2
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Tolerance	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.727	2.136		8.300	.000
X1	.466	.109	.432	4.289	.000
X2	.114	.130	.088	.874	.384

Sumber: Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2022

- a. **Hipotesis 1** : Gaya hidup diduga berpengaruh Positif yang signifikan terhadap minat beli pakaian second di SA Thrift Shop Bandung
Berdasarkan nilai signifikan (Sig) variabel Gaya Hidup (X1) adalah sebesar 0.00. karena nilai Sig 0.000 < probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Untuk t hitung variabel Gaya Hidup adalah sebesar 4.289, untuk nilai t tabel dari hasil n-k-1 (n=responden, k=variabelindependen) sebesar 1,661 karena nilai t hitung 4.289 > t tabel 1.661 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Artinya dengan demikian Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Pakain Second.
- b. **Hipotesis 2** : Harga Produk diduga berpengaruh Positif yang signifikan terhadap minat beli pakaian second di SA Thrift Shop Bandung.

Berdasarkan nilai signifikan (Sig) variabel Harga Produk (X2) adalah sebesar 0.384 . karena nilai Sig 0.384 > probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak. Untuk t hitung variabel Harga Produk adalah sebesar 0,874, untuk nilai t tabel dari hasil n-k-1 (n=responden, k=variabel independen) sebesar 1,661 karena nilai t hitung 0,874 > t tabel 1,661 maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak. Artinya dengan demikian Harga berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Beli pakaian second.

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk dapat menjelaskan fenomena yang dianalisis dengan menggunakan uji F.

Tabel 3
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	51.542	2	25.771	12.80	.000 ^b
Residual	179.187	89	2.013		
Total	230.728	91			

Sumber : Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2022

- c. **Hipotesis 3** : Gaya hidup dan Harga diduga berpengaruh Positif yang signifikan terhadap minat beli pakaian second di SA Thrift Shop Bandung.

Dengan tingkat signifikan 5% dan rumus $F_{table} = (K;N-K)$ Maka f tabel didapat $(2;96-2) = (2;94)$ yaitu 3.09. Berdasarkan uji anova atau uji F dari output SPSS, terlihat bahwa diperoleh f hitung sebesar 12.800 > nilai f tabel 3.09 dan probabilitas sebesar 0,000 < 0,05. Secara lebih tepat, nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel dimana jika F hitung > F tabel maka secara simultan variabel-variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga

hipotesis ke 3 diterima.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan dalam mendeteksi seberapa jauh hubungandan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Pada data yang diolah terdapat empat variabel independen. Seperti pada tabel berikut:

Table 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	.473 ^a	.223	.206	1.419

Sumber: Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2022

Pada tabel di atas terlihat bahwa R memperoleh nilai korelasi sebesar $R=0,473$ yang artinya korelasi atau hubungan antara variabel Gaya Hidup dan Harga mempunyai pengaruh yang sedang terhadap Minat Beli pakaian second. Kemudian nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar $= 0,223$ yang artinya sebesar 22,3% pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen sedangkan 77,7 % ditentukan oleh variabel yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pakaian second pada Konsumen di SA Thrift ShopBandung

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan pada orang yang membeli pakaianSecond adalah sebagai berikut: Hasil dari identitas responden diketahui yang membeli pakaian second adalah konsumen dengan jumlah 96 orang. Menunjukan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pertanyaan yang ada pada kuesioner dikatakan valid dengan ketentuan melebihi nilai r tabel danuntuk nilai reabilitas diatas standar dapat dikatakan kuesioner yang ada dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya. Dapat dilihat juga nilai t hitung $4.289 > t$ tabel 1.661 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Artinya dengan demikian gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli pakaian second.

Gaya Hidup memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan seseorang. Hal ini membuktikan bahwa Gaya Hidup atau Lifestyle adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana orang mengalokasikan waktu. Selain itu gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat.

Gaya hidup dari lapisan atas akan berbeda dengan gaya hidup dari lapisan menengah dan dari lapisan bawah. Demikian juga halnya dengan minat konsumen untuk melakukan pembelian barang atau penggunaan jasa pada masing-masing lapisan berbedabeda. gaya hidup mempengaruhi minat konsumen membeli baju second karena ada anggapan bahwa penampilan itu penting sehingga membeli pakaian second akan menunjang penampilan sehari-hari.

Pengaruh harga terhadap minat beli pakaian second pada Konsumen SA Thrift Shop Bandung

Dari pengujian yang telah dilakukan, menunjukan bahwa pada saat pengujian kualitas data semua pertanyaan yang ada pada kuesioner dikatakan valid dengan ketentuan melebihi nilai r tabel danuntuk nilai reabilitas didapat nilai diatas standar dapat dikatakan kuesioner yang ada dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya. Berdasarkan nilai signifikan karena nilai Sig $0.384 > probabilitas0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga tidak signifikan . Untuk t hitung variabel harga produk adalah sebesar 0,874, untuk nilai t tabel dari hasil n-k-1 (n=responden, k=variabel independen) sebesar 1,661 karena nilai t hitung $0,874 > t$ tabel 1,662 maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak . Artinya dengan demikian variabel harga produk berpengaruh tidak

signifikan secara parsial terhadap Minat beli pakaian second. harga, tidak termasuk dalam faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas. 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 pakain second walaupun harga yang ditawarkan oleh murah dengan kualitas yang bagus konsumen pakaian bekas lebih dominan karena alasan gaya hidup sehingga membeli pakaian second sebagai penunjang penampilan sehari-hari.

Seberapa besar minat beli pakaian second pada Konsumen SA Thrift Shop Bandung ?

Dengan tingkat signifikan 5% dan rumus $F_{table} = (K;N-K)$ Maka f tabel didapat $(2;96-2) = (2;94)$ yaitu 3.09. Berdasarkan uji anova atau uji F dari output SPSS, terlihat bahwa diperoleh f hitung sebesar $12.800 >$ nilai f tabel 3.09 dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Secara lebih tepat, nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel dimana jika F hitung $>$ F tabel maka secara simultan variabel- variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Besar nya minat beli Konsumen terhadap pakaian second lebih dipengaruhi oleh gaya hidup sedangkan harga tidak begitu berpengaruh, jika dilihat dari uji simultan besarnya minat beli akibat gaya hidup dan harga adalah sebesar 22.3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second di SA Thrift Shop Bandung menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji T untuk melihat Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second maka didapatkan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Second.
2. Berdasarkan hasil Uji T untuk melihat Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Harga Tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat Beli Pakaian Second Berdasarkan hasil Uji T.
3. Besar nya minat beli Konsumen terhadap pakaian second lebih dipengaruhi oleh gaya hidup sedangkan harga tidak begitu berpengaruh, jika dilihat dari uji simultan besarnya minat beli akibat gaya hidup dan harga adalah sebesar 22.3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiztya Wibisaputra. 2011. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG di PT. Candi Agung Pratama Semarang. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang. hlm 29.
- Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, Metode Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016),
- Ajat Rukajat, "Pendekatan Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta : Depublish, 2018) Armstrong dan Philip Kotler, "Manajemen Pemasaran" (Jakarta: PT. Indeks Gramedia 2003)
- Al- Qur'an dan Terjemahannya, (Departemen Agama RI)
- Augusty Ferdinand. 2006. "Metode Penelitian Manajemen". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dita Septika Wati, 2016. "Praktik Jual Beli Pakaian Import Bekas (Studi Kasus di Kota Salatiga)". Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Intitut Agama Islam Negeri IAIN Salatiga.
- <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2825694/laris-manis-bagaimanapakaian-bekas-impor-masuk-ri>
- Lukman Nul Hakim Ading. 2018. "Analisi Faktor-Faktor Mempengaruhi Jumlah Pembelian Pakaian Bekas pada Konsumen di Pasar Gedebage Kota Bandung". Skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
- Meli Satriani. 2018. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam

- PenggunaanJasa Pengiriman Barang Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Jambi. Skripsi Program Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Hlm.34
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. "Prilaku Konsumen". Jakarta:Erlangga.
- Muri Yusuf. 2014. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan." Jakarta: Nova Yolanda Hasibuan. 2019. Pengaruh Harga Sawit Dan Produktivitas Terhadap Kesejahteraan Petani Kelapa Sawit Di Desa Siamporik Kec.Kuala Selatan Kab.Labuhan Batu Utara. Skripsi Hlm. 18- 19.
- Priyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: Zifatama Publishing. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sadono Sukirno. 2015. "Mikro Ekonomi Teori Pengantar". Jakarta : Rajawali Pers.
- Sarini Kodu, "Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza", Jurnal Emba, Vol 1 Nomor 3.
- Sugiono. 2014 "Metode Penelitian Kualitatif, kualitatif Rdan D". Bandung:ALFABETA
- Sugiyono. 2013 Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung :ALFABETA.
- Suryani Dan Hendryadi. 2015. Metode Riset Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Susetyarsi. 2013. "Analisis Pengaruh Strategi Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Semarang", Jurnal Stie Semarang, Vol 5 hal 39.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Ujang Sumarwan. 2008. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: PT.Gramedia Utama.
- V. Wiratna Sujarweni. 2015 Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.
- Veithzal Rivai Zainal dkk, 2018. "Islamic Marketing Management". Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahana Komputer dan Penerbit Andi, Mengolah data statistic Hasil penelitia menggunakan SPSS,(Semarang: Andi OFFSET)
- Wiratna V Sujarweni. 2015. "Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yusuf,A,Muri. 2014. " Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif Dan Penelitian Gabungan". Jakarta