

Minat Beli Konsumen terhadap Pakaian Baju Bekas Impor (*Thrift*) di Kota Sudoarjo

Oleh:

Fatikhatu Hidayah

Dosen Pembimbing

Herlinda Maya Kumala Sari

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2023



Pendahuluan

Pada zaman saat ini Industri pakaian terdiri dari berbagai macam bisnis, termasuk bisnis baju baru dan bekas, meskipun industri pakaian saat ini masih didominasi oleh bisnis baju baru. Namun masih banyak masyarakat yang tertarik membeli pakaian bekas. Thrifting Hemat saat ini menjadi tren yang ada di bibir setiap orang dan menjadi daya tarik tersendiri di dunia fashion. Salah satunya Yang menarik minat banyak orang untuk membeli baju bekas adalah harganya yang sangat terjangkau, desainnya tidak untuk dijual kembali dan barang yang sama jarang ditemukan karena produk bekas sebenarnya didatangkan dari banyak negara. Barang-barang yang ada di Indonesia diimpor dari berbagai negara lain. Selain model yang terkini dapat diterima semua orang, barang bermerek di thrift dan harga lebih murah dibandingkan barang baru di toko-toko, dan itulah salah satu poin plus dalam membeli baju bekas thrift. [1]

Fenomena belanja pakaian bekas atau yang biasa disebut dengan istilah Thrifting sedang tren di banyak negara, termasuk Indonesia. Terbukti dengan semakin banyaknya impor pakaian baju bekas masuk ke Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) impor pakaian bekas pada tahun 2019 tercatat mencapai 417,72 ton.[2].

Minat beli konsumen merupakan topik yang sangat kompleks, namun minat beli merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena merupakan faktor penentu keberhasilan pemasaran suatu produk. Minat konsumen untuk membeli dapat ditimbulkan oleh insentif yang ditawarkan oleh penjual, seperti Harga dan promosi serta produk yang ditawarkan yang berhubungan dengan konsumen dan kebutuhan akan produk tersebut.[10].

Pendahuluan

Faktor pertama yaitu Tren Fashion, dari hasil penelitian Tren Fashion merupakan gaya pakaian yang populer di kalangan kebanyakan orang pada waktu tertentu. Tren fashion yang terus berkembang menuntut untuk terus mengikuti tren dengan mengonsumsi produk fashion populer dengan harga yang lebih murah, termasuk membeli pakaian bekas.[10]

Faktor kedua yaitu Kualitas Produk, dari hasil penelitian mendefinisikan sebagai salah satu faktor yang berhubungan dengan pilihan produk konsumen yang dengannya ia ingin membeli atau mengonsumsi produk tersebut. Kualitas produk yang dijual juga akan mempengaruhi tingkat ketertarikan masyarakat terhadap produk tersebut. Kualitas produk juga terkait dengan proses produksi dan pengelolaan yang baik dan benar.

Faktor ketiga yaitu Keterbatasan produk merupakan kiat secara konsisten dan efisien untuk memberi pelanggan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dengan mudah diterima oleh pelanggan.[21]

Research GAP

Terdapat kesenjangan penelitian dari hasil penelitian terdahulu (*evidence gap*), yakni menunjukkan adanya perbandingan hasil riset antara peneliti satu dengan peneliti lain yang tidak konsisten (dapat mempengaruhi ataupun tidak dapat mempengaruhi) suatu hasil penelitian [6].

Berdasarkan penjabaran fenomena dan *research gap* yang diuraikan peneliti diatas maka diambil rumusan masalah apa yang menjadi pengaruh dari seorang konsumen sebelum melakukan minat beli pada suatu produk.



Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Pertanyaan Penelitian

Apakah tren, kualitas produk serta keterbatasan produk terhadap minat beli konsumen pada produk baju bekas di Sidoarjo?



Tujuan Penelitian

Untuk menguji minat beli konsumen terhadap baju bekas diukur dengan tiga variabel independen yaitu tren fashion, kualitas produk serta keterbatasan produk dengan mengambil objek dari warga masyarakat di kota Sidoarjo.

Kategori SDGs

Sesuai dengan kategori SDGs 9 <https://sdgs.un.org/goals/goal9> tentang membangun Infrastruktur yang tahan lama, mendukung industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif, karena penelitian ini menggunakan data berupa angka yang nantinya dianalisis menggunakan alat statistik.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Sidoarjo, Jawa Timur.

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Sidoarjo

Sampel Penelitian

Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih responden dalam penelitian ini adalah warga masyarakat Kota Sidoarjo yang mengetahui kebijakan larangan import pakaian bekas. Oleh karena itu, besar kecilnya populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, sehingga teknik pengambilan sampel menggunakan metode Teknik Random Sampling.[28]. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pengguna produk pakaian baju bekas yang berdomisili di Kabupaten Sidoarjo. Jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti, didalam penelitian jika populasi tidak diketahui maka penentuan sampel menggunakan Rumus Cochran, dalam perhitungan didapatkan hasil sebesar 96,04, maka minimal jumlah sampel sebesar 96 sampel.

Metode Penelitian

Sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber informasi primer dan sekunder. Definisi operasional dan pengukuran variabel:

Tren *Fashion*, Menurut hasil penelitian dijelaskan terdapat 3 indikator Tren *Fashion* [10]. Perkembangan Zama, Mengikuti fasion terbaru, Pergaulan, Ingin tampil beda.

Kualitas Produk Menurut hasil penelitian dijelaskan terdapat 3 indikator Kualitas Produk [20]. Daya tahan Barang yang mempertahankan bentuk yang dapat diprediksi meskipun sering digunakan berulang kali, Bentuk Ukuran dan bentuk fisik membedakan satu produk dari yang lain, Ciri-ciri produk Fungsionalitas dalam game tambahan yang memperluas proses inti pembuatan dan perkembangan, Ketepatan/kesesuaian Mengacu pada tingkat akurasi suatu produk yang diharapkan pelanggan rata-rata, berdasarkan kebutuhan mereka.

Keterbatasan Produk, Menurut hasil penelitian terdapat 3 indikator Keterbatasan Produk [23]. Persediaan produk yang selalu ada, Kemudahan untuk melakukan pembelian produk, Kelengkapan produk yang ada di outlet, Distribusi produk yang merata dan tersedia di berbagai outlet.

Minat Beli, Menurut hasil penelitian terdapat 4 indikator minat beli [26]. Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial dan Minat Eksploratif.

Metodologi Penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan informasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner, tingkat pengukurannya menggunakan skala *interval* serta jawaban yang diperoleh akan diukur menggunakan skala *likert* untuk mengetahui bobot penilaian pengukuran dari responden

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5



Metodologi Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu alat ukur yang digunakan untuk mengukur hubungan suatu variabel independen dan variabel dependen

Uji Instrumen atau Kualitas Data
(Uji Validitas dan Uji Reabilitas)

Uji Asumsi Klasik
(Uji Normalitas, Uji Autokolerasi, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolonieritas dan Uji Linearitas)



Analisis Regresi
Linier Berganda

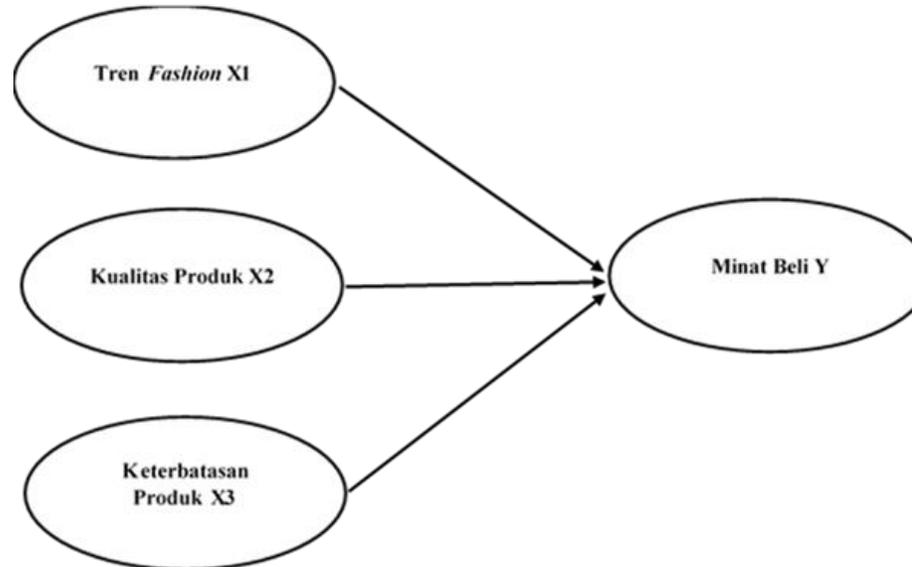
Olah Data

Dalam penelitian ini data kuantitatif diolah menggunakan alat statistik SPSS 24

Pengujian Hipotesis

Uji T, Uji Koefisien Korelasi (R),
Koefisien Determinasi (R²).

Kerangka Konseptual



Hipotesis :

Berdasarkan rumusan masalah dan pokok permasalahan diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H1 : Tren Fashion berpengaruh terhadap minat beli pada pakaian baju bekas trifth.

H2 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli pada pakaian baju bekas trifth.

H3 : Keterbatasan Produk berpengaruh terhadap minat beli pada pakaian baju bekas trifth.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Karakteristik Responden

Tren *Fashion* Dalam mengetahui jawaban responden yang berkaitan dengan variabel Tren *Fashion* terdapat 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Persepsi responden terhadap variabel Tren *Fashion* dengan pernyataan bahwa konsumen berminat membeli pakaian baju bekas dilihat dari segi tren fashion pakaian bekas impor yang mengikuti tren berpakaian membuat konsumen lebih berminat untuk membelinya.

Kualitas Produk terdapat 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Persepsi responden terhadap variabel Kualitas Produk bahwa pernyataan dalam memastikan membeli konsumen menilai pakaian bekas memiliki kualitas yang bagus dan masih layak pakai, serta pakaian bekas impor terdakanag memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk lokal.

Keterbatasan Produk terdapat 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Persepsi responden terhadap variabel Keterbatasan Produk karena mengingat produk barang bekas memiliki kelebihan yaitu terbatas, sehingga menjadikan masyarakat memiliki prepsepsi bahwa pakain bekas selain terkadang bermerk juga sulit untuk didapatkan dengan harga yang terjangkau.

Minat beli terdapat 4 Indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Persepsi responden terhadap variabel minat beli dengan pernyataan ketika konsumen melihat bahwa pakaian baju bekas impor banyak memiliki peminat dan membuat konsumen semakin berminat untuk membelinya.

Hasil dan Pembahasan

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Tren Fashion (X1)	TF1	0.734	0.2006	Valid
	TF2	0.742		Valid
	TF3	0.696		Valid
	TF4	0.624		Valid
Kualitas Produk (X2)	KW5	0.720		Valid
	KW6	0.632		Valid
	KW7	0.679		Valid
	KW8	0.727		Valid
Keterbatasan Produk (X3)	KT9	0.689		Valid
	KT10	0.671		Valid
	KT11	0.664		Valid
	KT12	0.211		Valid
Minat Beli (Y)	MB1	0.725	Valid	
	MB2	0.555	Valid	
	MB3	0.693	Valid	
	MB4	0.734	Valid	

Uji Validitas

Variabel minat beli akan di ukur pada penelitian ini, apabila suatu instrumen dapat mengukur minat beli maka instrumen dapat dinyatakan valid. Analisis sebuah faktor guna mengkorelasiakan jumlah faktor dengan nilai yang di ukur, Dimana rtabel di tentukan dengan rumus . Dari perhitungan rumus degree of freedom diperoleh nilai 9 dan pada rtabel menunjukkan $95 = 0,1996$.

Dapat disimpulkan hasil perhitungan uji validitas diatas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuisisioner dari seluruh variabel memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel ($r\text{-hitung} > 0,2006$) sehingga pengujian ini dapat dinyatakan valid dan dapat dipercaya untuk mengukur data penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Uji Reliabilitas

Uji statistik Chronbach alpha merupakan salah satu uji yang dapat digunakan untuk menghitung probabilitas data penelitian. Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Apabila nilai *Chronbach Alpha* lebih kecil daripada 0,6 maka instrumen dinyatakan tidak mempunyai nilai reliabilitas (tidak reliabel).
- Apabila nilai *Chronbach Alpha* lebih dari 0,6 maka instrumen dinyatakan memiliki nilai reliabilitas (reliabel).

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai uji reliabilitas pada penelitian ini dinyatakan reliabel dengan hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 ($>0,60$). Pada variabel Tren Fashion dengan nilai 0.901, Kualitas Produk sebesar 0.896, Keterbatasan Produk sebesar 0.896 dan minat beli 0.891, Maka seluruh variabel dapat dinyatakan bahwa memiliki reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	r_{kritis}	Keterangan
Tren Fashion (X_1)	0.901	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0.896		Reliabel
Keterbatasan Produk (x_3)	0.896		Reliabel
Minat Beli (Y)	0.891		Reliabel

Hasil dan Pembahasan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

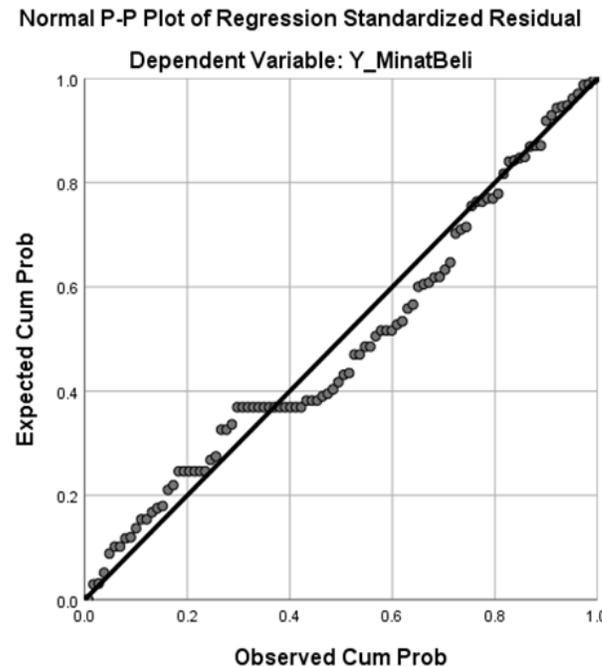
Unstandardized
Residual

N		96
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	.08354562
Most	Absolute	.091
Extreme	Positive	.091
Differences	Negative	-.075
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.050 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Uji Normalitas

Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik dengan metode *non parametric one Kolmogorov Smirnov*, ditentukan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai kurang dari 0,05 maka disimpulkan bahwa data yang beredar merupakan data tidak normal.
- Jika nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov smirnov* menunjukkan nilai lebih dari 0.05 maka disimpulkan bahwa data yang beredar adalah data secara normal.

Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai uji normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa grafik *normal probability plot* yang mensyaratkan jika sebaran data terletak pada wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dapat dikatakan berdistribusi dengan normal.

Hasil dan Pembahasan

Uji Linearitas

Variabel	Sig Linearity	Kondisi	Kesimpulan
X ₁ *Y	0,000	Sig. <0,05	Linier
X ₂ *Y	0,000	Sig. <0,05	Linier
X ₃ *Y	0,000	Sig. <0,05	Linier

Dalam penelitian ini menggunakan metode *test for linierity* dengan Hubungan variabel dapat dikatakan signifikan atau terdapat hubungan antar variabel yang linear Jika taraf signifikansi didalam uji linieritas menunjukkan angka 0,05 atau kurang dari 0,05.

Hasil dan Pembahasan

Uji Autokorelasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.706 ^a	.499	0.483	.08490	1.392

Uji autokorelasi adalah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel dalam model prediksi dengan perubahan dari waktu ke waktu. Jika terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi yang sebagian besar ditemukan pada regresi yang datanya time series, seperti waktu berkala, mingguan, bulanan dan seterusnya. Uji autokorelasi bisa dilakukan dengan menggunakan pengujian pada uji Durbin Watson (DW), ketika nilai Durbin Watson (DW) dibawah angka 5 maka tidak terjadi autokorelasi.

Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai durbin watson sebesar 1,392 dengan $dL < d < 4-dU$ ($1,603 < d < 1,891 < 4-dU$ ($2,267$) artinya regresi berganda yang dilakukan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Hasil dan Pembahasan

Uji Multikolinieritas

Pada model regresi uji multikolinieritas diukur dari besaran VIF (*variance inflation factor*), Jika nilai VIF menunjukkan angka dibawah atau <10 , dan nilai *tolerance* menunjukkan nilai $>0,1$ maka dinyatakan tidak adanya atau tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai *variance inflation factor* (VIF) dari variabel Tren Fashion sebesar 1,380 (<10) dengan nilai tolerance 0,437 $>0,1$, untuk variabel Kualitas Produk memiliki nilai sebesar 1,404 (<10) dengan nilai tolerance 0,469 $>0,1$, dan variabel Keterbatasan Produk sebesar 1,201 (<10) dengan nilai tolerance 0,409 $>0,1$, maka dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas, yang berarti bahwa diantara variabel tidak terjadi multikolinieritas.

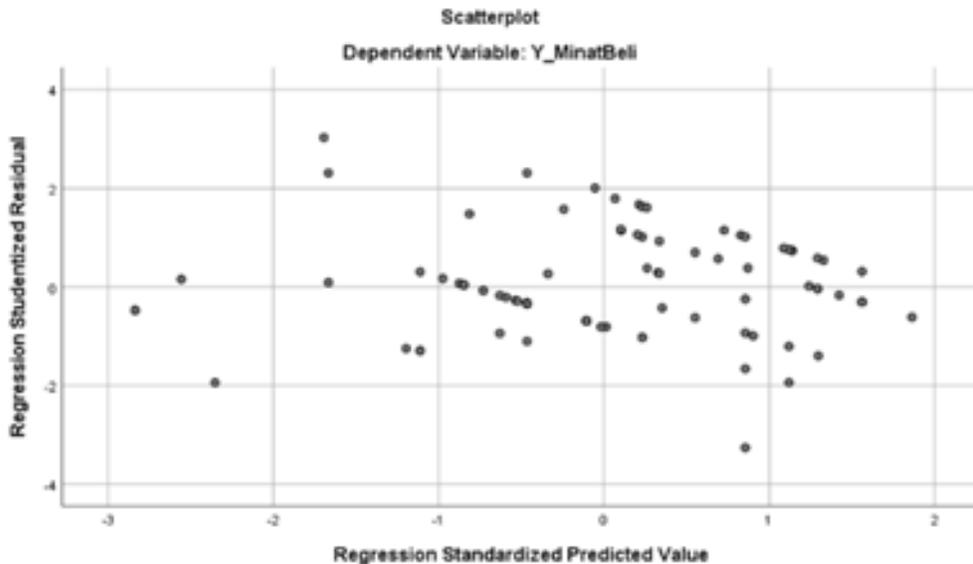
Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Tren Fashion (X ₁)	.724	1.380
Kualitas Produk (X ₂)	.712	1.404
Keterbatasan Produk (X ₃)	.833	1.201

Hasil dan Pembahasan

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui bahwa residual variabel tidak sama pada sebuah penelitian didalam model regresi. Heteroskedastisitas tidak terjadi sebuah penelitian dapat diketahui melalui hasil metode grafik regresi, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila terjadi sebaran titik-titik pada grafik yang membentuk sebuah pola teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak terjadi sebuah pola atau titik-titik pada grafik tersebut menyebar di bawah maupun di atas angka 0 pada sumbu Y, dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dilihat bahwa tidak terjadi pola tertentu dan scatterplot titik – titik menyebar secara acak, baik dibagian atas angka 0 atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertikal atau sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil dan Pembahasan

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig
	Unstandardized coefficients		Standardized Coefficient		
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	.387	.258		1.503	.136
Tren Fashion (X1)	.165	.075	.190	2.197	.031
Kualitas Produk (X2)	.212	.083	.224	2.561	.012
Keterbatasan Produk (X3)	.493	.083	.479	5.929	.000

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel diatas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1$$

$$Y = 0,387 + 0,165 X_1 + 0,212 X_2 + 0,493 X_3 + e$$

Nilai konstanta yang bernilai positif 0,387. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu brand image, e-wom dan fitur layanan, maka nilai variabel terikat yaitu minat beli tetap konstan sebesar 0,387

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,165 antara variabel tren fashion dengan minat beli. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif, maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel tren fashion mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli semakin meningkat sebesar 0,165.

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,212 antara variabel kualitas produk dengan minat beli. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif, maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli semakin meningkat sebesar 0,212.

Nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,493 antara variabel keterbatasan produk dengan minat beli. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif, maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel keterbatasan produk mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel minat beli semakin meningkat sebesar 0,493

Hasil dan Pembahasan

Pengujian Hipotesis (Uji Parsial (T))

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.387	.258		1.503	.136
1 Tren Fashion (X1)	.165	.075	.190	2.197	.031
Kualitas Produk (X2)	.212	.083	.224	2.561	.012
Keterbatasan Produk (X3)	.493	.083	.479	5.929	.000

Pengujian ini berfungsi untuk mengetahui variabel tren fashion, kualitas produk dan keterbatasan produk berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel Minat Beli. Dalam pengujian hipotesis penelitian ini melakukan perbandingan hasil dari t_{hitung} dengan t_{tabel} sehingga adanya sebuah alasan yang kuat untuk hipotesis satu (H_1) diterima dan H_0 ditolak, begitupun sebaliknya.

Dengan menggunakan asumsi tingkat kepercayaan sebesar 5% atau 0,05 dengan nilai degree of freedom sebesar $K=3$ dan $df_2=n-k-1$ ($96-3-1=92$) sehingga memperoleh t tabel 1,986 sebesar maka dapat diuraikain sebagai berikut :

Nilai t hitung variabel **Tren Fashion** sebesar (2,194) sedangkan t tabel sebesar (1,986) maka nilai t hitung $>$ t tabel ($2,194 > 1,986$), sedangkan nilai signifikasi variabel (X_1) terhadap variabel (Y) diperoleh sebesar 0,16 dimana nilai tersebut sesuai dengan ketentuan uji yaitu ($sig < 0,05$). Serta dengan pengaruh sebesar 0,35, sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya secara parsial variabel **Tren Fashion** (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di kota sidoarjo.

Hasil dan Pembahasan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.387	.258		1.503	.136
1 Tren Fashion (X1)	.165	.075	.190	2.197	.031
Kualitas Produk (X2)	.212	.083	.224	2.561	.012
Keterbatasan Produk (X3)	.493	.083	.479	5.929	.000

Nilai t hitung variabel **Kualitas Produk** sebesar (2,561) sedangkan t tabel sebesar (1,986) maka nilai t hitung > t tabel (2,561>1,986), sedangkan nilai signifikansi variabel (X2) terhadap variabel (Y) diperoleh sebesar 0,15 dimana nilai tersebut sesuai dengan ketentuan uji yaitu (sig<0,05). Serta dengan pengaruh sebesar 0,39, sehingga disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima yang artinya secara parsial variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di kota sidoarjo.

Nilai t hitung variabel **Keterbatasan Produk** sebesar (5.929) sedangkan t tabel sebesar (1,986) maka nilai t hitung > t tabel (5.929>1,986), sedangkan nilai signifikansi variabel (X3) terhadap variabel (Y) diperoleh sebesar 0,000 dimana nilai tersebut sesuai dengan ketentuan uji yaitu (sig<0,05). Serta dengan pengaruh sebesar 1,210, sehingga disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima yang artinya secara parsial variabel Keterbatasan Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di kota sidoarjo.

Hasil dan Pembahasan

Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.706 ^a	.499	.483	.08490

Pada tabel menunjukkan hasil tabel uji R yang menunjukkan nilai sebesar 0,706 atau 70,6%. Hal ini menunjukkan keeratan hubungan variabel bebas dan terikat sebesar 70,6% yang merupakan hubungan yang kuat sesuai dengan tabel interpretasi korelasi disamping :

Interpretasi Kisaran nilai Koefisien Korelasi	Nilai Korelasi (hubungan variabel X dan Y)
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang/ Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Hasil dan Pembahasan

Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.706 ^a	.499	.483	.08490

Berdasarkan hasil diatas nilai R^2 semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai tabel tersebut menjelaskan hasil dari pengujian determinan berganda (R^2) didapat sebesar 0,499 atau 49%, sehingga disimpulkan variabel Tren Fashion Kualitas Produk dan Keterbatasan Produk dapat menjelaskan tentang variabel minat beli dalam penelitian ini dan sisanya merupakan variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Hipotesis pertama : *Tren Fashion* berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di Sidoarjo.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa trend fashion memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap pembelian baju bekas di kota Sidoarjo. Hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa trend gaya berpakaian mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap pembelian baju bekas, karena mayoritas masyarakat saat ini menjadikan pakaian bekas sebagai alternatif dalam mengikuti tren berpakaian.

Hasil ini berdasarkan indikator yang digunakan dalam penelitian, yaitu perkembangan zaman indikator ini mengacu pada perubahan tren mode yang terjadi seiring dengan perkembangan zaman, fashion terbaru indikator ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki minat untuk mengikuti tren fashion terkini, pergaulan indikator ini mencerminkan pengaruh dari lingkungan sosial dan pergaulan terhadap mode tren, Ingin tampil beda indikator ini menunjukkan bahwa beberapa konsumen mungkin tertarik untuk tampil berbeda dan unik dalam gaya berpakaian mereka. Indikator tersebut dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana tren fashion yang mempengaruhi minat beli konsumen.[40]

Hasil dan Pembahasan

Hipotesis kedua : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di Sidoarjo.

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk baju bekas impor di Sidoarjo. Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap pembelian baju bekas di kota Sidoarjo.

Hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa kualitas berpakaian mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap pembelian baju bekas, karena konsumen menilai pakaian bekas memiliki kualitas yang bagus dan masih layak pakai, serta pakaian bekas impor terdakanag memiliki kualitas yang lebih baik daripada produk lokal.

Hasil ini selaras dengan indikator kualitas produk yang dipakai dalam penelitian yang meliputi, daya tahan barang indikator ini menunjukkan kemampuan suatu produk untuk mempertahankan bentuk dan fungsi yang dapat diprediksi meskipun sering digunakan berulang kali, bentuk, ukuran, dan bentuk fisik indikator ini mengacu pada perbedaan dalam bentuk dan ukuran fisik suatu produk. produk yang memiliki bentuk dan ukuran yang membedakan dari produk lainnya dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen, Ciri-ciri produk indikator ini mengacu pada fungsionalitas tambahan dalam suatu produk yang memperluas proses inti pembuatan dan pengembangan produk tersebut, ketepatan/kesesuaian Indikator ini mengacu pada tingkat akurasi suatu produk yang sesuai dengan harapan rata-rata pelanggan, berdasarkan kebutuhan mereka.[20]

Hasil dan Pembahasan

Hipotesis ketiga : Keterbatasan Produk berpengaruh terhadap Minat Beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di Sidoarjo.

Berdasarkan dari hasil analisis data membuktikan bahwa Keterbatasan Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk baju bekas impor di Sidoarjo. Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa keterbatasan produk memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap pembelian baju bekas di kota Sidoarjo.

Hasil anaalisis ini juga menunjukkan bahwa keterbatasan produk berpakaian mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap pembelian baju bekas, karena mengingat produk barang bekas memiliki kelebihan yaitu terbatas, sehingga menjadikan masyarakat memiliki prepsepsi bahwa pakain bekas selain terkadang bermerk juga sulit untuk didapatkan dengan harga yang terjangkau.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang membuktikan keterbatasan produk mempengaruhi minat beli konsumen. Berikut indikator untuk mengukur keterbatasan produk ketersediaan produk yang selalu ada indikator ini mengacu pada ketersediaan produk secara konsisten dalam persediaan atau stok yang tersedia di outlet, kemudahan untuk melakukan pembelian produk indikator ini mencerminkan tingkat kemudahan atau aksesibilitas dalam melakukan pembelian produk, kelengkapan produk yang ada di outlet indikator ini mengacu pada sejauh mana outlet atau toko menyediakan berbagai pilihan produk kepada konsumen, distribusi produk yang merata dan tersedia di berbagai outlet indikator ini menunjukkan sejauh mana produk didistribusikan secara merata dan tersedia di berbagai outlet atau toko.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :



Tren Fashion berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki *Tren Fashion* pengaruh besar terhadap minat beli produk baju bekas.

Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa baju bekas (thrift) cocok dengan Kualitas Produk masyarakat kota Sidoarjo.

Keterbatasan Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk baju bekas (thrift) di Sidoarjo. Hal ini menunjukkan Keterbatasan Produk yang ada pada baju bekas (thrift) membuat konsumen merasa tertarik sehingga melakukan pembelian.

REFERENCE

- [1] P. Aswadana, D. A. S. Rahayu, And M. A. A. Effendy, “Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting,” In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (Sniis), 2022, Pp. 532–540.
- [2] C. M. J. Martinez And H. Park, “Secondhand Clothing Sales Are Booming – And May Help Solve The Sustainability Crisis In The Fashion Industry,” The Conversation, Nov. 16, 2020. [Http://Theconversation.Com/Secondhand-Clothing-Sales-Are-Booming-And-May-Help-Solve-The-Sustainability-Crisis-In-The-Fashion-Industry-148403](http://Theconversation.Com/Secondhand-Clothing-Sales-Are-Booming-And-May-Help-Solve-The-Sustainability-Crisis-In-The-Fashion-Industry-148403) (Accessed May 04, 2023).
- [3] A. Llewellyn, “Indonesia’s War On Secondhand Clothes Riles Local Sellers.” [Https://Www.Aljazeera.Com/Economy/2023/4/11/Indonesias-War-On-Secondhand-Clothes-Riles-Local-Sellers](https://Www.Aljazeera.Com/Economy/2023/4/11/Indonesias-War-On-Secondhand-Clothes-Riles-Local-Sellers) (Accessed May 14, 2023).
- [4] N. M. I. K. Dewi, I. A. P. Widiati, And I. N. Utama, “Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar,” Jurnal Interpretasi Hukum, Vol. 1, No. 1, Pp. 216–221, 2020.

TERIMA KASIH