



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH *PRICE, FASHION INVOLVEMENT* DAN  
*ENVIRONMENTAL AWARENESS* TERHADAP MINAT  
BELI PAKAIAN *THRIFTING*  
(Studi Pada Generasi Z di Jakarta)**



**AMALIA MAULYDIA**  
**NIM: 2205421034**  
**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2026**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**ABSTRAK**

AMALIA MAULYDIA. Pengaruh *Price, Fashion Involvement*, dan *Environmental Awareness* Terhadap Minat Beli Pakaian *Thrift* (Studi Pada Generasi Z di Jakarta). Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta 2026.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *price, fashion involvement*, dan *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrift* pada Generasi Z di Jakarta, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan teknik *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Sebanyak 400 responden ditetapkan sebagai sampel penelitian berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dari populasi Generasi Z Jakarta yang berjumlah 2.772.126 jiwa. Penelitian ini didasarkan pada teori perilaku konsumen sebagai landasan dalam menganalisis hubungan antarvariabel yang diteliti. Pengolahan data dilakukan dengan *software* SPSS versi 27. Berdasarkan hasil pengujian parsial, pengaruh signifikan variabel *price* (X1) terhadap minat beli (Y) dengan nilai t hitung  $13,353 > 1,966$ , variabel *fashion involvement* (X2) signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung  $16,032 > 1,966$ , serta variabel *environmental awareness* (X3) signifikan terhadap minat beli dengan nilai t hitung  $16,032 > 1,966$ . Berdasarkan hasil uji simultan, diperoleh nilai f hitung 414,741 lebih besar daripada f tabel 2,627 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), sehingga pengaruh signifikan dari *price, fashion involvement*, dan *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrift* pada konsumen Gen Z Jakarta dapat dibuktikan secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) 0,759 menunjukkan bahwa 75,9% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas, sedangkan sisanya 24% dipengaruhi faktor lain diluar model penelitian.

**Kata Kunci:** *Environmental Awareness, Fashion Involvement*, Generasi Z, Minat Beli, *Price, Thrift*





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**ABSTRACT**

AMALIA MAULYDIA. *The Influence of Price, Fashion Involvement, and Environmental Awareness on the Purchase Intention of Thrifted Clothing (Case Study of Generation Z in Jakarta)*. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic 2026.

*This study was conducted to analyze the influence of price, fashion involvement, and environmental awareness on the purchase intention of thrifting clothing among Generation Z in Jakarta, both partially and simultaneously. A quantitative approach was used in this study with a non-probability sampling technique through a purposive sampling method. A total of 400 respondents were determined as research samples based on calculations using the Slovin formula from the population of Generation Z Jakarta totaling 2,772,126 people. This study is based on consumer behavior theory as a basis for analyzing the relationship between the variables studied. Data processing was carried out using SPSS software version 27. Based on the results of partial testing, a significant effect of the price variable (X1) on purchase intention (Y) with a calculated t value of  $13.353 > 1.966$ , the fashion involvement variable (X2) is significant on purchase intention with a calculated t value of  $16.032 > 1.966$ , and the environmental awareness variable (X3) is significant on purchase intention with a calculated t value of  $16.032 > 1.966$ . Based on the results of the simultaneous test, the calculated f value of 414.741 is greater than the f table of 2.627 with a significance level of 0.000 ( $< 0.05$ ), so that the significant influence of price, fashion involvement, and environmental awareness on the interest in buying thrifting clothing among Gen Z Jakarta consumers can be proven together. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) value of 0.759 indicates that 75.9% of the variation in purchasing interest can be explained by the three independent variables, while the remaining 24% is influenced by other factors outside the research model.*

**Keywords:** *Environmental Awareness, Fashion Involvement, Generation Z, Purchase Intention, Price, Thrifting*



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR ISI**

|                                                                                               |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                          | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                         | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                                                               | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                                                | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>                                                           | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                    | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                        | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                     | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                                                    | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                                  | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                 | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                                               | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                                                                 | 9           |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                                                                     | 9           |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                                                                    | 10          |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                                                                  | 10          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                                                            | <b>12</b>   |
| 2.1 Kerangka Teori.....                                                                       | 12          |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen.....                                                                  | 12          |
| 2.1.2 Minat Beli .....                                                                        | 14          |
| 2.1.3 <i>Price</i> .....                                                                      | 15          |
| 2.1.4 <i>Fashion Involvement</i> .....                                                        | 16          |
| 2.1.5 <i>Environmental Awareness</i> .....                                                    | 17          |
| 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu/Jurnal yang Relevan .....                                      | 19          |
| 2.3 Perumusan Hipotesis.....                                                                  | 23          |
| 2.3.1 <i>Price</i> Terhadap Minat Beli .....                                                  | 23          |
| 2.3.2 <i>Fashion Involvement</i> Terhadap Minat Beli .....                                    | 24          |
| 2.3.3 <i>Environmental Awareness</i> Terhadap Minat Beli .....                                | 25          |
| 2.3.4 <i>Price, Fashion Involvement, dan Environmental Awareness</i> Terhadap Minat Beli..... | 25          |
| 2.4 Deskripsi Konseptual .....                                                                | 27          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                        | <b>28</b>   |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....                                                          | 28          |
| 3.1.1 Waktu Penelitian .....                                                                  | 28          |





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

|                                              |            |
|----------------------------------------------|------------|
| 3.1.2 Tempat Penelitian .....                | 28         |
| 3.2 Kerangka Penelitian .....                | 29         |
| 3.3 Metode Penelitian.....                   | 31         |
| 3.3.1 Populasi dan Sampel .....              | 31         |
| 3.3.2 Jenis dan Sumber Data .....            | 33         |
| 3.3.3 Teknik Pengumpulan Data .....          | 34         |
| 3.3.4 Instrumen Penelitian.....              | 34         |
| 3.3.5 Teknik Analisis Data .....             | 43         |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>                | <b>51</b>  |
| 4.1 Hasil <i>Pilot Test</i> .....            | 51         |
| 4.1.2 Hasil Uji Instrumen .....              | 51         |
| 4.2 Hasil Analisis Data .....                | 56         |
| 4.2.1 Hasil Karakteristik Responden.....     | 56         |
| 4.2.2 Hasil Rekapitulasi Data Responden..... | 60         |
| 4.2.3 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik.....  | 76         |
| 4.2.4 Analisis Uji Hipotesis.....            | 81         |
| 4.3 Pembahasan.....                          | 86         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>      | <b>91</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....                         | 91         |
| 5.2 Saran.....                               | 92         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                   | <b>95</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                 | <b>102</b> |
| <b>CURRICULUM VITAE .....</b>                | <b>135</b> |



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR TABEL**

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Pakaian Baru dan Bekas .....                     | 5  |
| Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan .....                                       | 20 |
| Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....                                               | 28 |
| Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian.....                                           | 36 |
| Tabel 3. 3 Skala Likert .....                                                  | 43 |
| Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Price .....                            | 53 |
| Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Fashion Involvement .....              | 53 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Environmental Awareness .....          | 54 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli .....                       | 55 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....                                        | 55 |
| Tabel 4. 6 Kategori Tingkat Persetujuan Responden .....                        | 61 |
| Tabel 4. 7 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Price .....                   | 62 |
| Tabel 4. 8 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Fashion Involvement....       | 65 |
| Tabel 4. 9 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Environmental Awareness ..... | 68 |
| Tabel 4. 10 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Minat Beli .....             | 72 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....                      | 77 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                   | 79 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser .....                        | 81 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                            | 82 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....                                    | 84 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....                       | 85 |
| Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                         | 86 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....                               | 86 |

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Fast Fashion Sama dengan Krisis Lingkungan .....           | 1  |
| Gambar 1. 2 Tren Impor Pakaian Bekas .....                             | 3  |
| Gambar 1. 3 Negara Pemasok Pakaian Bekas Impor Terbesar di Indonesia . | 3  |
| Gambar 1. 4 Survei Masyarakat Indonesia Melakukan Thrifting.....       | 4  |
| Gambar 1. 5 Pra Survei Fashion Involvement .....                       | 6  |
| Gambar 1. 6 Pra Survei Environmental Awareness .....                   | 7  |
| Gambar 2. 1 Deskripsi Konseptual .....                                 | 27 |
| Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian .....                                  | 30 |
| Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                  | 57 |
| Gambar 4. 2 Responden berdasarkan usia .....                           | 57 |
| Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Domisili .....                       | 58 |
| Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                      | 59 |
| Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Pakaian Thrift ...  | 59 |
| Gambar 4. 6 Frekuensi Pembelian Pakaian Thrift 6 Bulan Terakhir .....  | 60 |
| Gambar 4. 7 Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas .....                | 78 |
| Gambar 4. 8 Grafik P-P Plot Hasil Uji Normalitas .....                 | 78 |
| Gambar 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....              | 80 |

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                                                                     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                                                                | 102 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Field Test .....                                                           | 109 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pilot Test.....                                     | 126 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik SPSS versi 27.....                                               | 130 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis SPSS versi 27 .....                                                  | 131 |
| Lampiran 6 Dokumentasi Penulis Melakukan Observasi Secara Langsung di Pasar Thrifting Jakarta ..... | 132 |





## Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dinamika kehidupan modern menempatkan fashion tidak sekadar pelindung tubuh, tetapi juga sebagai bagian dari kehidupan sosial. *Fashion* berperan penting dalam mengekspresikan identitas seseorang. Sejalan dengan perubahan tersebut, *Fashion* semakin melekat pada keseharian dan berperan dalam memenuhi kebutuhan berbusana. Tren *fashion* global yang terus mengalami perubahan seiring dengan adanya respons dan penyesuaian terhadap dinamika sosial serta perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Perkembangan industri *fashion* tidak terlepas dari era *fashion* 4.0. Menurut Rockett dkk. (2025:113) era *fashion* 4.0 ditandai dengan perubahan dalam cara industri *fashion* beroperasi, yaitu beralih dari metode tradisional menuju pemanfaatan inovasi teknologi digital. Perubahan tersebut memungkinkan proses produksi menjadi lebih cepat dan fleksibel, sehingga mampu merespons tren pasar. Sejalan dengan perkembangan tersebut, *fast fashion* menjadi bagian dari perkembangan industri fashion 4.0. Menurut Ripaldi dan Fatah, (2024:484) menyatakan *fast fashion* merujuk pada mekanisme industri mode yang menghadirkan produk dan gaya baru dalam waktu singkat agar segera dapat digunakan, tetapi memiliki siklus pergantian yang cepat.



Gambar 1. 1 Fast Fashion Sama dengan Krisis Lingkungan

Sumber: Kompasiana, 2025



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Meskipun *fast fashion* memberikan kemudahan dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan fashion, konsep ini juga menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Berdasarkan Kompasiana (2025) pada Gambar 1.1, *fast fashion* terbukti memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Memproduksi satu pakaian dapat menghabiskan hingga 2.700 liter air, sementara pembuatan satu kilogram tekstil membutuhkan sekitar 70 kilogram air bersih. Selain itu sekitar 85% limbah tekstil berakhir di tempat pembuangan akhir, dengan tingkat daur ulang yang masih sangat rendah hanya sekitar 1%, selain itu *fast fashion* menyumbang 10% emisi karbon global yang didominasi oleh penggunaan bahan sintesis sekitar 65% produk *fast fashion* berbahan dasar poliester yang berasal dari minyak bumi yang menyebabkan peningkatan limbah plastik dan kerusakan lingkungan. Temuan tersebut diperkuat oleh Utami dalam Pangesti dkk. (2023:18), bahwa produk *fast fashion* menimbulkan konsekuensi yang merugikan bagi lingkungan.

Sebagai langkah menyikapi dampak negatif yang ditimbulkan oleh industri *fast fashion* tersebut, muncul alternatif pola konsumsi *fashion* yang dianggap lebih berkelanjutan yaitu pakaian *thrifting*. Menurut Fatah dkk. (2023:287) *thrifting* merupakan kegiatan berbelanja produk bekas, yang diperjual belikan dalam kondisi yang sudah digunakan namun masih layak pakai. Tren perkembangan *thrifting* di Indonesia semakin luas di berbagai daerah, dengan semakin menjamurnya lapak penjualan pakaian bekas baik secara online maupun offline.

### Hak Cipta :

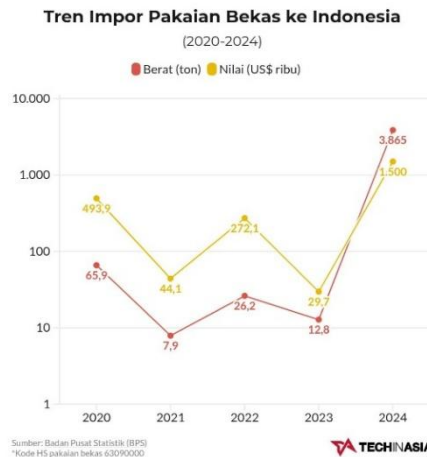
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





### Hak Cipta :

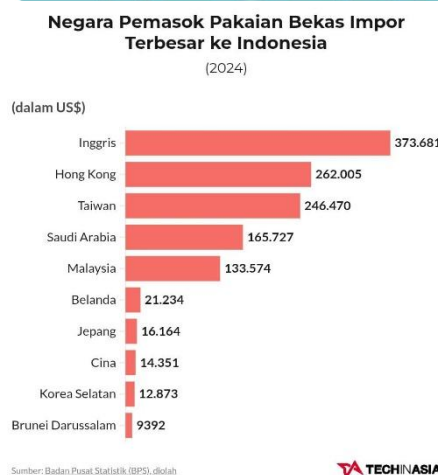
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 1. 2 Tren Impor Pakaian Bekas**

Sumber: Techninasia, 2025

Tingginya peminat pakaian bekas di Indonesia menjadikan *thrifting* sebagai bisnis besar dalam negeri. Berdasarkan artikel Techninasia yang disajikan pada Gambar 1.2, dapat diketahui bahwa terjadi lonjakan yang sangat signifikan pada impor pakaian bekas ke Indonesia. Volume impor pakaian bekas melonja hingga 302 kali dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini diikuti oleh nilai impor yang mencapai Rp24,41 miliar. Menurut Kompas.com (2025) peningkatan terus terjadi, pada Agustus 2025, pemerintah mencatat impor pakaian *thrifting* sudah mencapai 1800 ton.



**Gambar 1. 3 Negara Pemasok Pakaian Bekas Impor Terbesar di Indonesia**

Sumber: Techninasia, 2025

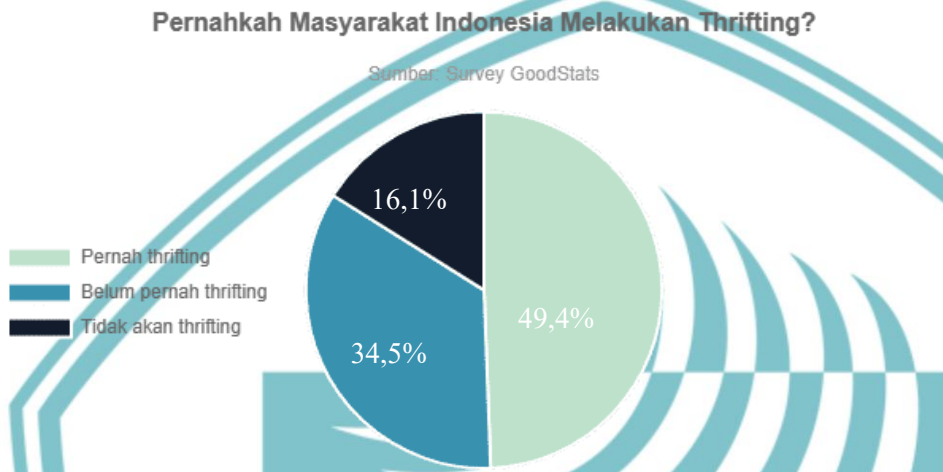




### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Adapun negara terbesar yang mengimpor pakaian bekas ke Indonesia yang disajikan pada Gambar 1.3 pada tahun 2024. Inggris menjadi negara dengan pemasok terbesar, dengan nilai impor mencapai US\$373.681, disusul oleh hongkong US\$262.005 dan taiwan US\$246.470. ketiga negara tersebut mendominasi arus masuk pakaian bekas dibandingkan negara lainnya.



**Gambar 1. 4 Survei Masyarakat Indonesia Melakukan Thrifting**  
Sumber: GoodStats, 2023

Berdasarkan Gambar 1.4, hasil survei GoodStats yang melibatkan 261 responden, yang Sebagian besar adalah masyarakat Indonesia. Dari hasil survei diketahui bahwa 49,4% responden pernah berbelanja barang bekas. Di sisi lain, 34,5% belum pernah melakukan aktivitas tersebut, adapun sisanya 16,1% tidak akan pernah mencoba aktivitas *thrifting*. Hasil survei yang dilakukan oleh GoodStat membuktikan besarnya minat *thrifting* di kalangan masyarakat.

Namun dibalik tingginya minat masyarakat terhadap pakaian bekas impor atau *thrifting*, terdapat kebijakan pemerintah yang secara tegas melarang aktivitas impor dan peredaran pakaian bekas di Indonesia. Menurut Metrotvnews (2025), Secara hukum pada 2022 terbit PP Perdagangan nomor 40 yang merupakan revisi dari Permendag nomor 18 tahun 2021 untuk melarang impor pakaian bekas. Maraknya praktik *thrifting* ilegal dapat menimbulkan efek domino terhadap industri dalam negeri, yang menyebabkan terganggunya rantai industri tekstil, mulai dari sektor garmen, pabrik kain, hingga industri pemintalan benang, Asosiasi Pertekstilan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Indonesia (API) memperkirakan bahwa kerugian negara akibat impor ilegal pakaian bekas mencapai 1,8 sampai 2,5 triliun per tahun, kerugian tersebut berasal dari hilangnya penerimaan pajak dan bea masuk, penurunan produksi domestik, dan berkurangnya penyerapan tenaga kerja, artikel KBR (2025). Selain berdampak pada aspek ekonomi dan industri lokal, praktik *thrifting* juga berpotensi menimbulkan permasalahan kesehatan. Pakaian yang tidak melalui proses sanitasi dan sterilisasi yang memadai dapat menjadi media penularan berbagai penyakit kulit seperti *scabies*, *tinea*, dan infeksi bakteri.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kontradiksi antara tingginya minat masyarakat terhadap pakaian *thrifting* dengan berbagai dampak negatif yang menyertainya, baik dari aspek hukum, ekonomi maupun kesehatan. Di satu sisi, *thrifting* dipersepsikan sebagai alternatif konsumsi pakaian yang lebih berkelanjutan, namun disisi lain dalam praktiknya justru berpotensi menimbulkan permasalahan baru. Perbedaan antara persepsi positif konsumen dan realistis dampak yang ditimbulkan, menimbulkan pertanyaan mengenai dasar pertimbangan konsumen dalam minat beli pakaian *thrifting*. Atas dasar kondisi tersebut, penelitian perlu menelaah berbagai pertimbangan yang membentuk minat konsumen untuk membeli pakaian *thrifting*.

Kotler dan Keller yang dikutip Dewi dan Raida (2023:118) menjelaskan minat beli sebagai kecenderungan tindakan yang mencerminkan ketertarikan konsumen untuk memilih atau membeli produk berdasarkan pengalaman, penggunaan, maupun konsumsi. Dalam konteks penelitian ini, minat beli mencerminkan sejauh mana konsumen memiliki keinginan untuk membeli pakaian *thrifting*. Minat beli juga menggambarkan kesiapan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian setelah mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi preferensi dan perilaku konsumen.

**Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Pakaian Baru dan Bekas**

| Jenis Produk                                                | Harga Thrift           | Harga Baru               |
|-------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|
| H&M Dress                                                   | Rp 35.000              | Rp 514.800               |
| Sweatshirt Adidas                                           | Rp 150.000             | Rp 944.889               |
| Knit Sweater Uniqlo                                         | Rp 50.000              | Rp 135.673               |
| Kemeja Flanel Uniqlo                                        | Rp 45.000              | Rp 399.000               |
| Blazer, Kemeja, Celana Bahan Sampai Dress Formal Brand Zara | Rp 50.000 – Rp 150.000 | Rp 300.000 – >Rp 600.000 |

Sumber: Paperlicious dan TikTok @insecuristy @itiamaharani @agnameisyaa (2025)





### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Menurut Ningsih dkk., (2025:103) menyatakan bahwa salah satu alasan utama mengapa pakaian impor *thrifting* lebih diminati daripada pakaian baru adalah harganya yang relatif murah, bahkan lebih murah daripada pakaian baru yang dibuat dalam negeri. Hal tersebut dibuktikan pada Tabel 1.1, data yang telah dihimpun penulis dari beberapa akun TikTok konten kreator yang membagikan pengalaman mereka dalam melakukan *thrifting* serta sumber tertulis artikel Paperlicious (2025), data tersebut memperlihatkan adanya selisih harga yang cukup besar antara pakaian baru dan pakaian bekas (*thrift*). Produk *thrifting* dijual dengan harga yang jauh lebih terjangkau, bahkan untuk merek yang sama dengan kondisi barunya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa *price* menjadi faktor penting dalam membentuk preferensi konsumen terhadap pembelian pakaian *thrift*.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pertimbangan lain dalam pembelian *thrifting*. Peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner (pra survei) untuk mengetahui gambaran awal yang membuat seseorang memiliki minat pembelian terhadap pakaian *thrifting*. Berdasarkan pra-survei yang telah dilakukan oleh individu (konsumen) yang memiliki pengalaman dalam melakukan pembelian *thrifting*, yang telah diikuti sebanyak 67 responden.



**Gambar 1. 5 Pra Survei *Fashion Involvement***

Sumber: Kuesioner Penulis, 2026

Adapun hasil pra survei pada Gambar 1.5 menunjukkan bahwa pembelian pakaian *thrifting* terbentuk bukan semata-mata karena pertimbangan harga, melainkan juga karena keterlibatan individu dalam dunia mode. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebesar 89,6% responden melakukan *thrifting* karena mengikuti perkembangan tren *fashion*, serta 94% responden



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menyatakan bahwa tren *fashion* berperan dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian. Temuan ini mencerminkan adanya sikap *fashion involvement* yaitu tingginya keterlibatan konsumen dalam aktivitas dan tren mode. Menurut Fanani dkk. (2024:9717) menjelaskan bahwa tingginya *fashion involvement* mendorong konsumen untuk lebih mengenali perkembangan mode sekaligus membentuk preferensi berbusana yang khas. Karakteristik ini memperlihatkan bahwa kedekatan konsumen dengan dunia mode turut memengaruhi keputusan mereka dalam memilih pakaian *thrifting*.



Gambar 1. 6 Pra Survei *Environmental Awareness*

Sumber: Kuesioner Penulis, 2026

Selain kedua pertimbangan tersebut, *environmental awareness* juga berperan dalam membentuk minat konsumen terhadap pakaian *thrifting*. Hasil pra survei pada Gambar 1.6, menunjukkan bahwa 89,6% konsumen membeli pakaian *thrifting* karena dianggap membantu menjaga kelestarian lingkungan, serta 85,1% memilih *thrifting* karena dinilai lebih ramah lingkungan dibandingkan membeli pakaian baru. Temuan ini menunjukkan adanya peran kesadaran lingkungan dalam membentuk preferensi konsumen terhadap pembelian pakaian *thrifting*. Menurut Ramaiska (2022:55) *environmental awareness* merupakan pemahaman dan kepedulian seseorang terhadap kondisi lingkungan serta dampak yang ditimbulkan dari tindakan mereka terhadap lingkungan tersebut. Dalam hal ini menunjukkan bahwa aspek keberlanjutan memperoleh porsi pertimbangan yang lebih besar ketika keputusan pembelian dibuat oleh konsumen dengan *environmental awareness* yang kuat, termasuk memilih pakaian *thrifting* sebagai alternatif yang dinilai lebih ramah lingkungan dibandingkan membeli pakaian baru.





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sejumlah penelitian sebelumnya memang telah menggunakan variabel yang sama, tetapi tidak mengangkat konteks *thrifting*. Y. R. Sari dkk. (2022) menelaah keterkaitan *price* dengan minat beli produk erigo. Pada konteks berbeda, Yurillita dkk. (2024) meneliti *fashion involvement* pada konsumen toko busana muslim di Kota Palembang, sedangkan Sisrika dan Prasajo (2025) mengkaji *environmental awareness* terhadap minat membeli sepeda motor listrik di Yogyakarta.

Untuk menjawab keterbatasan kajian terdahulu, penelitian ini menganalisis pengaruh *price*, *fashion involvement* dan *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrifting* serta memberikan bukti pada konteks yang belum banyak ditelaah. Adapun dalam penelitian ini wilayah Jakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena tingginya aktivitas konsumsi dan distribusi pakaian *thrift* di wilayah tersebut. Berdasarkan Niaga.asia (2025), temuan dari polda metro jaya mengungkapkan adanya penyeludupan pakaian bekas impor sebanyak 439 balpres senilai Rp4 miliar yang direncanakan untuk diedarkan di wilayah Provinsi Jakarta dan sekitarnya. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa permintaan terhadap pakaian *thrift* di Jakarta cukup tinggi. Hal ini diperkuat oleh Thiono dan Aprillia (2023:315) menyatakan bahwa konsumsi *thrift* branded telah banyak berkembang dan sangat populer khususnya di wilayah metropolitan (Jakarta). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Jakarta memiliki tingkat konsumsi dan minat *thrifting* yang besar serta cukup relevan sebagai lokasi dalam mengkaji perilaku konsumen terhadap minat beli produk *thrifting*. Generasi Z ditetapkan sebagai kelompok sasaran dalam penelitian ini. Menurut Zahra (2025:7) menyatakan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik sebagai kelompok yang adaptif terhadap tren dan memiliki keterbatasan daya beli, sehingga mendorong mereka untuk mencari alternatif yang lebih terjangkau dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup. Hal tersebut didukung oleh hasil survei YPulse dalam Inforadar.id (2025), menunjukkan bahwa sebanyak 83% Gen Z melakukan pembelian pakaian *thrift*. Oleh karena itu, kondisi tersebut menjadikan generasi Z sebagai segmen yang representatif untuk diteliti dalam konteks minat beli pada pakaian *thrifting*. Pelaksanaan penelitian dibatasi oleh periode



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengumpulan dan pengolahan data selama enam bulan. Berdasarkan rangkaian permasalahan tersebut, penelitian ini disusun dengan judul *Pengaruh Price, Fashion Involvement dan environmental awareness Terhadap Minat Beli Pakaian Thrifting (Studi pada Generasi Z di Jakarta)*.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Uraian pada latar belakang menunjukkan sejumlah permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut.

- a. Tingginya produksi *fast fashion* menyebabkan peningkatan limbah tekstil yang berdampak negatif terhadap lingkungan akibat penggunaan sumber daya yang besar dan rendahnya tingkat daur ulang.
- b. Fenomena *Thrifting* dipandang sebagai salah satu alternatif praktik *fashion* berkelanjutan dalam upaya mengurangi limbah tekstil *fast fashion*.
- c. Tingginya minat masyarakat terhadap pakaian *thrifting* tetap terjadi, meskipun pemerintah telah melarang impor dan peredaran pakaian bekas karena berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap perekonomian nasional, industri lokal dan kesehatan.
- d. Kajian yang menguji ketiga variabel secara terpadu pada minat beli konsumen pakaian *thrifting* masih terbatas.

## 1.3 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah, pernyataan peneliti dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh *Price* terhadap minat beli pakaian *thrifting* secara parsial pada Generasi Z di Jakarta ?
- b. Bagaimana pengaruh *Fashion Involvement* terhadap minat beli pakaian *thrifting* secara parsial pada Generasi Z di Jakarta?
- c. Bagaimana pengaruh *Environmental Awareness* terhadap minat beli pakaian *thrifting* secara parsial pada Generasi Z di Jakarta?
- d. Bagaimana pengaruh *price, fashion involvement* dan *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrifting* secara simultan pada Generasi Z di Jakarta?





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mencapai tujuan berikut:

- a. Menganalisis pengaruh *price* terhadap minat beli pakaian *thrifting* pada Generasi Z di Jakarta.
- b. Menganalisis pengaruh *fashion involvement* terhadap minat beli pakaian *thrifting* pada Generasi Z di Jakarta.
- c. Menganalisis pengaruh *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrifting* pada Generasi Z di Jakarta.
- d. Menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara *price*, *fashion involvement* dan *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrifting* pada Generasi Z di Jakarta.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Kontribusi penelitian ini mencakup manfaat teoretis dan praktis yang diuraikan sebagai berikut:

##### a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi akademik dalam kajian kepustakaan mengenai pengaruh *price*, *fashion involvement* dan *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrifting*. Dari perspektif teoritis, penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada perluasan dan pengembangan pengetahuan di bidang perilaku konsumen. Secara teoretis, hasil penelitian dapat memperluas rujukan akademik sekaligus menjadi pijakan bagi studi lanjutan pada topik yang relevan.

##### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, studi ini diharapkan dapat memperkuat kemampuan menerapkan konsep perilaku konsumen sekaligus memperdalam pemahaman mengenai *price*, *fashion involvement* dan *environmental awareness* memengaruhi minat beli pakaian *thrifting*.
- 2) Bagi pelaku usaha *thrifting*, temuan penelitian dapat digunakan sebagai dasar penyusunan strategi bisnis yang lebih selaras dengan faktor-faktor pembentuk minat beli konsumen.

- 3) Bagi akademisi, penelitian ini dapat menambah bahan kajian mengenai perilaku konsumen, terutama dalam konteks pembelian pakaian *thrifting*.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian model mengenai minat beli pakaian *thrifting* pada Generasi Z di Jakarta, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

- a. Secara parsial, *price* memiliki pengaruh terhadap minat beli pakaian *thrifting* pada Generasi Z di Jakarta. Artinya, evaluasi harga yang semakin baik diikuti oleh peningkatan minat konsumen untuk membeli. Hal ini dibuktikan dengan melihat perbandingan nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  yaitu  $13,35 < 1,97$  dan nilai signifikansi  $0,00 > 0,05$ . Temuan tersebut menunjukkan konsumen cenderung memiliki minat yang lebih tinggi ketika harga yang ditawarkan dianggap sesuai dengan kemampuan finansial serta sebanding dengan kualitas produk yang diterima. Pengaruh tersebut terutama tercermin pada indikator keterjangkauan harga yang memperoleh tingkat persetujuan tertinggi dari responden. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pertimbangan ekonomi masih menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian pakaian *thrift* di kalangan Generasi Z.
- b. Secara parsial, *fashion involvement* berpengaruh terhadap minat beli pakaian *thrifting*. Kesimpulan ini didukung oleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 8,86 yang melampaui  $T_{tabel}$  sebesar 1,97 dengan nilai Signifikansi 0,00. Semakin kuat keterlibatan konsumen terhadap *fashion*, semakin tinggi minat belinya. Keterlibatan konsumen dalam dunia *fashion* mendorong munculnya perhatian yang lebih besar terhadap berbagai pilihan produk yang dapat menunjang penampilan dan gaya berbusana. Individu yang memiliki minat tinggi terhadap *fashion* cenderung lebih terbuka dalam mencari referensi, mengikuti tren, serta mengeksplorasi alternatif produk yang sesuai dengan preferensinya, termasuk pakaian *thrift*. Oleh sebab itu, pakaian *thrift* menjadi salah satu pilihan yang menarik bagi Generasi Z karena tidak hanya menawarkan nilai fungsional, tetapi juga mampu mendukung ekspresi gaya dan sarana mengekspresikan diri.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. Secara parsial, *environmental awareness* berpengaruh terhadap minat beli pakaian *thrifting* Generasi Z di Jakarta. Hasil ini ditunjukkan oleh  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yang mencapai  $16,03 > 1,97$ , dengan Signifikansi 0,00 atau  $p < 0,001$ . Semakin tinggi kesadaran lingkungan konsumen, semakin kuat pula minat belinya. Temuan ini mengonfirmasi bahwa kepedulian terhadap lingkungan telah menjadi salah satu pertimbangan dalam perilaku konsumsi Generasi Z. Kesadaran akan dampak limbah tekstil dan pentingnya praktik konsumsi yang lebih berkelanjutan mendorong konsumen untuk memilih pakaian *thrift* sebagai alternatif yang lebih ramah lingkungan. Oleh karena itu, semakin mendalam tingkat kesadaran lingkungan yang dimiliki seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk memiliki minat membeli pakaian *thrift*.
- d. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 414,74 yang melampaui  $F_{tabel}$  sebesar 2,63 disertai signifikansi 0,00 ( $< 0,05$ ), memberikan dukungan terhadap pengaruh kolektif ketiga variabel. Dengan demikian, *price*, *fashion involvement*, dan *environmental awareness* secara simultan berepengaruh terhadap minat beli pakaian *thrift*. Dalam model ini, *price* merepresentasikan evaluasi ekonomi, *fashion involvement* mencerminkan keterlibatan gaya hidup, sedangkan *environmental awareness* menggambarkan orientasi keberlanjutan. Perpaduan ketiga dimensi tersebut menunjukkan bahwa minat beli Generasi Z tidak terbentuk oleh keterjangkauan harga semata, tetapi juga oleh preferensi mode dan kepedulian terhadap konsumsi berkelanjutan.

### 5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian terkait dengan pengaruh *price*, *fashion involvement*, dan *environmental awareness* terhadap minat beli pakaian *thrifting* pada Generasi Z di Jakarta, penulis merumuskan sejumlah saran konstruktif sebagai berikut:





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

#### a. Bagi Pelaku Usaha *Thrift*

Keseimbangan antara daya saing harga dan mutu aktual produk perlu dijadikan dasar dalam penetapan harga oleh pelaku *thrift*. Penetapan harga sebaiknya tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah, sehingga mencerminkan nilai produk yang diterima konsumen. Selain itu, pelaku usaha perlu melakukan kurasi produk secara lebih selektif sehingga pakaian yang dipasarkan tetap relevan dengan preferensi dan gaya berpakaian Generasi Z. Mengingat ketersediaan pakaian *thrift* bergantung pada stok yang diperoleh, pemilihan produk yang tepat dapat meningkatkan ketertarikan konsumen khususnya Gen Z dalam melakukan pembelian. Pelaku usaha juga dapat menonjolkan nilai keberlanjutan dan manfaat lingkungan dari penggunaan pakaian *thrift* sebagai strategi pemasaran yang mampu menarik konsumen yang memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan. Di samping itu, pelaku usaha diharapkan lebih bijak dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan mengutamakan pemanfaatan dan peredaran pakaian bekas yang berasal dari dalam negeri, sehingga dapat mendukung prinsip keberlanjutan serta memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat lokal.

#### b. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan tidak hanya menjadikan harga yang terjangkau sebagai pertimbangan utama dalam membeli pakaian *thrift*, melainkan juga harus memperhatikan kualitas, kondisi, dan fungsi produk yang diperoleh. Selain itu, konsumen perlu lebih kritis dalam memilih produk *fashion* yang sesuai dengan kebutuhan agar terhindar dari perilaku pembelian yang berlebihan hanya karena mengikuti tren yang sedang berkembang. Kesadaran terhadap lingkungan dari industri *fashion* juga perlu ditingkatkan, sehingga pembelian pakaian *thrift* tidak hanya menjadi sarana dalam memenuhi kebutuhan berbusana, melainkan juga sebagai bentuk dukungan terhadap pola konsumsi yang lebih berkelanjutan.

#### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Arahan penelitian berikutnya dapat memperluas model melalui variabel yang belum banyak dieksplorasi dalam konsumsi pakaian *thrift*, seperti *self identity* dan *green trust*. Pengembangan variabel dependen juga diperlukan

karena minat beli belum cukup untuk merepresentasikan transaksi aktual. Kajian lanjutan dapat memasukkan perilaku pembelian aktual maupun *repurchase intention*. Selain itu, variasi karakteristik responden dan cakupan wilayah perlu diperluas untuk meningkatkan daya generalisasi temuan.



### © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta







**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR PUSTAKA**

- Amanda, K. N., Armandari, M. O., & Ambarwati, N. S. S. (2024). Pengaruh Kesadaran Lingkungan Mahasiswa Tata Rias Unj Terhadap Minat Beli Produk Green Cosmetic. *Academy Of Education Journal*, 15(2), 1308–1316. <https://doi.org/10.47200/Aoej.V15i2.2430>
- Ambo, I. (2023). *Pengaruh Fitur Brand Image Dan Ersepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Cilincing* [Skripsi Thesis]. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Arum, L. S., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/Asrj.V2i1.5812>
- Asia, N., S, R., & Siangka, A. N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Beras Kita. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(3), 487–495.
- Az-Zahra, G. A. (2025, February 25). *Thrifting: Tren Belanja Favorit Gen Z Yang Ramah Kantong Dan Lingkungan*. Inforadar.Disway.Id.
- Dalilati, N. (2025). *Pengaruh Social Influence Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Green Purchase Intention Pada Konsumen Fast Fashion Generasi Z Dki Jakarta* [D4 Thesis]. Politeknik Negeri Jakarta.
- Dermawan, P. R., & Wahyuningtyas, Y. F. (2025). Pengaruh Fashion Involvement Dan Fomo Terhadap Impulsif Buying Produk Thrifting (Studi Kasus Pada Gen Z Di Yogyakarta). *Ekonomi & Bisnis*, 24(2), 128–137. <https://doi.org/10.32722/Eb.V24i2.7467>
- Devi, B. S., Maduwiniarti, A., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Pengaruh Fashion Involvement Dan Visual Branding Terhadap Keputusan Pembelian Brand H&M Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(1), 29–37. <https://doi.org/10.30996/Jdab.V9i1.9646>
- Dewi, A. S., Nursanti, A., Marhadi, M., & Tarigan, M. A. (2023). The Effect Of Shopping Lifestyle And Fashion Involvement On Purchase Decision With Impulse Buying As An Intervening Variable In E-Commerce Shopee. *International Journal Of Economic, Business & Applications*, 8(1), 49–68. <https://doi.org/10.31258/Ijeba.83>
- Dewi, T. P., & Raida, F. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Motor Matic Honda Scoopy Prestige Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11(2), 115–124. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/54643/43586>



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Fadilla, N., & Purnama, I. (2023). Pengaruh Sikap Dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Toko Dillaaa. *Journal Of Student Research*, 1(5), 476–488. <https://doi.org/10.55606/Jsr.V1i5.1970>
- Fanani, P. A. F., Rapini, T., & Farida, U. (2024). Pengaruh Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shopping Di Looly Thrift Ponorogo. *Journal Of Social Science Research*, 4(4), 9716–9729. <https://j-innovative.org/index.php/innovative/article/view/14326>
- Fatah, A., Sari, D. A. P., Irwanda, I. S., Kolen, L. I., & Agnesia, P. G. D. (2023). Pengaruh Larangan Impor Pakaian Bekas Terhadap Pengusaha Thrift. *Jurnal Economina*, 2(1), 1321–1328. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i1.288>
- Faujiyah, F., Rahmawati, A., & Yuniarti, T. (2025). Environmental Awareness, Government Promotion, Perceived Price Value, Lifestyle, Dan Perceived Risk Terhadap Minat Beli Kendaraan Listrik. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 26(1), 57–74.
- Fitri, N. N., Wulandari, E., Budiman, M. A., & Ernah, E. (2024). Minat Beli Generasi Z Terhadap Tumbler Dan Sedotan Ramah Lingkungan. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 702. <https://doi.org/10.25157/Ma.V10i1.12393>
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1812–1820. <https://doi.org/10.56832/Edu.V4i3.577>
- Ghozali, H. Iamam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafsari, A. P., Wahyuni, N., Rusidah, S., & Halisa, N. N. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Thrifting Di Pasar Pagi Minggu Kota Banjarmasin. *Smart Business Journal (Sbj)*, 5(2), 74–85.
- Hasani, M. A. (2025). *Pengaruh Persepsi Nilai, Kesadaran Lingkungan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Pakaian Thrift Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Gen Z Kota Bandar Lampung)* [Thesis]. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung .
- Hidayat, F. D. G. (2024). *Pengaruh Pembelian Impulsif Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Perilaku Menyisakan Makanan Pada Mahasiswa Di Jabodetabek*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hidayat, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli ( Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 195–202.
- Indonesia, D. (2025, December 25). *Jumlah Penduduk Jakarta Semester I 2025, Milenial Dan Gen Z Mendominasi*. Dataloka.Id.





### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. Musfirowati, Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen* (1st Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.

Julekhah. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Walisongo Semarang Angkatan 2019- 2022)* [Thesis]. Uin Walisongo Semarang.

Kahar, P. M. (2024). *Pengaruh Price, Trend Fashion, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Amaryllis Hijab Di Kota Parepare* [S1 Thesis]. Institut Agama Islam Negeri(Iain) Parepare .

Kasman, K., Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnal Economina*, 2(9), 2274–2293. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.810>

Kbr. (2025, November 3). *Purbaya Hendak Berantas Impor Pakaian Bekas Ilegal Demi Industri Lokal, Thrifting Bakal Lenyap?* Kbr.Id. <https://kbr.id/articles/index/purbaya-hendak-berantas-import-pakaian-bekas-ilegal-demi-industri-lokal-thrifting-bakal-lenyap>

Kompas. (2025, November 10). *Indonesia Kebanjiran 3.600ton Baju Lokal Pusing*. Kompas.Com.

Kompasiana. (2025). *Marak Alternatif Sustainable Fashion Gen - Z: Meredam Tren Fast Fashion?* Kompasiana.Com.

Kristiana, R., & Aqmala, D. (2023). The Influence Of Environmental Awareness, Environmental Awareness, Product Knowledge And Willingness To Pay On The Interest In Purchasing Eco-Friendly Products At “The Body Shop” In Semarang City. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 422–436. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V16i2.1427>

Kurniawan, S. A., Tiong, P., Afiati, L., Amien, N. N., Sari, R. D., Lestari, F. I., Pratomo, L. C., Rusmana, D., Haryati, M., Sampara, N., Anwar, M. S., Verawati, L., & Fattah, F. A. (2025). *Perilaku Konsumen* (S. A. Kurniawan & F. I. Lestari, Eds.). Cv. Mega Press Nusantara.

Lestari, E. (2024). Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi Dan Kualitas Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Klandasan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 133–138. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V13i1.13491>

Lolonto, C. D. C., Isa, R. A., & Abdussamad, Z. K. (2024). The Influence Of Consumer Behavior On Purchase Interest Of Kpop Merchandise (A Study On Kpop Fans In Gorontalo City). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 216-223.

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, Dan Analisis Dalam Penelitian*



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kuantitatif*) (3rd Ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Kalijaga Yogyakarta .
- Maghfiroh, N., & Palupi, G. S. (2023). Analisis Pengaruh Variabel Keterjangkauan Teknologi Informasi Dalam Live Streaming Shopping Tiktok Pada Minat Pembelian. *Journal Of Emerging Information Systems And Business Intelligence (Jeisbi)*, 4(4), 26–36.
- Melisa, D. R. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Fashion Involvement Terhadap Minat Beli Konsumen Di Colorbox Lampung* [Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung]. [Http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/5852/](http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/5852/)
- Muid, A., & Souisa, J. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. *Ekono Insentif*, 17(2), 107–122. <https://doi.org/10.36787/Jeiv17i2.1175>
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–245. <https://doi.org/10.52859/Jbm.V10i1.163>
- Munawar, N. (2025). *Pengaruh Kesadaran Lingkungan Dan Niat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Tas Belanja Ramah Lingkungan (Studi Pelanggan Hypermart Kota Palopo)*. Universitas Islam Negeri Palopo.
- Niaga.Asia. (2025, November 24). *Pakaian Bekas Yang Masuk Jakarta Diimpor Secara Ilegal Dari Korea Selatan, Cina, Dan Jepang*. Niaga.Asia.
- Ningsih, A., Hidayatullah, S., Putra, I. R., Miftah, D., & Saniah, R. D. A. (2025). Analisis Perilaku Pelanggan Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) Di Pasar Senen Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 3(3), 102–111. <https://doi.org/10.60023/56g5ma64>
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/Equi.V18i1.3498>
- Pangesti, A. D., A. B. C., Yulfan, R. M., & Chusniyah, T. (2023). Social Media Campaign: Thrifting Sebagai Pencegahan Limbah Tekstil Fast Fashion. *Jurnal Flourishing*, 3(1), 17–21. <https://share.google/6vdb7adazpjrrcg0>
- Paperlicious. (2025, June 7). *10 Brand Thrifting Yang Bagus & Paling Banyak Di Pasaran!* Paperlicious.Id.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (Ketiga). Widya Gama Press.
- Pratiwi, S. I. (2024). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Baju Thrift Di Toko Istana Manado* [Thesis]. Iain Manado.





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Putra, Y. M. (2022). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashioninvolvement Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Distro Urban Traffic Di Kota Medan* [Thesis]. Universitas Medan Area.
- Putri, G. A., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Sosial Media Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram Di Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 286–302.
- Putri, S. A. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Terigu Segitiga Biru Di Wilayah Tanjung Priok (Studi Kasus:Toko Kue Di Tanjung Priok)* [Thesis]. Politeknik Negeri Jakarta.
- Ramadhani, I. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Kopi Sejuta Jiwa (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Jakarta Timur)* [Thesis]. Politeknik Negeri Jakarta.
- Ramaiska, A. D. (2022). *Analisis Environmental Awareness Dalam Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Menurut Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Nasabah Bank Sampah Emak.Id)* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].  
[https://Repository.Radenintan.Ac.Id/22193/1/Bab%20i%20%20ii%20%20v%20\\_Perpustakaan%20pusat.Pdf](https://Repository.Radenintan.Ac.Id/22193/1/Bab%20i%20%20ii%20%20v%20_Perpustakaan%20pusat.Pdf)
- Razali, G., Syamil, A., Hurit, R. U., Asman, A., Lestariningsih, Radjawane, L. E., Bagenda, C., Falasifah, N., Amane, A. P. O., Tingga, C. P., Saloom, G., S, S., Gultom, N. B., Fadhilatunisa, D., Fakhri, M. M., & Rosidah. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi* (S. Bahri, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Realino, D., & Parera, Y. P. P. (2025). Pengaruh Green Product, Brand Image Dan Environmental Awareness Terhadap Purchase Intention Budisun Resort Maumere. *Nian Tana Sikka : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(4), 161–179. <https://doi.org/10.59603/Niantanasikka.V3i4.999>
- Ripaldi, R., & Fatah, A. (2024). Fenomena Fast Fashion Dan Dampaknya Terhadap Lingkungan (Kajian Dengan Pendekatan Tafsir Interdisipliner) . *Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir Dan Pemikiran Islam*, 5(3), 484–495.
- Rockett, E., Fenwick, M., & Jurcys, P. (2025). Fashion 4.0 And Emerging Designers: *Leveraging Data And Ai To Drive Creativity, Innovation And Compliance In Global Supply Chain Regulation. Journal Of Intellectual Property Law And Practice*, 20(2), 111–121. <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpae110>
- Rumapea, Y. A. (2023). *Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Pada Pengguna Platform Marketing Tiktoshop Terhadap Perilaku Impulse Buying (Pada Pelajar Smkn 1 Sidikalang)*. Universitas Medan.



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Salirrosas, E. E. G., Farfan, M. E., Bayona, L. G., Lopez, G. M., Arias, A. V., & Canales, R. G. (2024). Influence Of Environmental Awareness On The Willingness To Pay For Green Products: An Analysis Under The Application Of The Theory Of Planned Behavior In The Peruvian Market. *Frontiers In Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1282383>
- Salma, Salma Firdaus, Oktarienza, T., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim Di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 27–38.
- Saragih, P. M., Sembiring, R., & Siregar, S. (2025). Pengaruh Pemasaran Hijau, Kesadaran Lingkungan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Pada Restoran Siap Saji Kfc Ring Road Medan. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(2), 2044–2050. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i2.793>
- Sari, A. C. M., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood. *Jurnal Economina*, 2(9), 2610–2627. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.837>
- Sari, P. P. (2025, November 20). *Kenapa Thrifting Dilarang Di Marketplace? Ini Penjelasannya*. Metronews.Com. <https://www.metrotvnews.com/read/N9nc2z1v-Kenapa-Thrifting-Dilarang-Di-Marketplace-Ini-Penjelasannya>
- Sari, Y. R., Harliyani, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Stora Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business And Entrepreneurship Journal (Bej)*, 3(1). <https://doi.org/10.57084/Bej.V3i1.782>
- Satriyo, C. H. P., Sancoko, A. H., & Simamora, A. L. (2024). Peran Dari Fashion Innovativeness Dan Fashion Involvement Terhadap Purchase Intention Produk Vandka Melalui Attitude Toward Purchase Behavior. *Journal of Entrepreneurial Studies (Jes)*, 1(2), 102–108.
- Sisrika, S., & Prasojo, E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Lingkungan, Sikap Lingkungan Dan Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Produk Berkelanjutan (Produk Sepeda Motor Listrik Di Kota Yogyakarta). *Journal Competency Of Business*, 8(2), 30–49. <https://doi.org/10.47200/Jcob.V8i2.2770>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo, Ed.; 6th Ed.). Cv. Alfabeta.
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1). <https://doi.org/10.35968/M-Pu.V12i1.867>





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Tahya, A. A., Hursepuny, H., Manuputty, E., Waelauruw, A. T., & Hutubessy, E. O. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Thrifting Di Pasar Mardika Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(2), 422–433. <https://doi.org/10.31959/Jat.V3i2.2905>
- Thiono, M., & Aprillia, A. (2023). Orientasi Konsumen Thrift Branded Berdasarkan Frekuensi Belanja Dan Jenis Toko. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 9(2), 314–325. <https://doi.org/10.35326/Pencerah.V9i2.2884>
- Ukia, R. C. (2025). *Analisis Intensi Konsumen Dalam Mengganti Pilihan Merek Berdasarkan Push Pull Mooring Model (Studi Kasus Pada Bbm Pt Pertamina (Persero) Di Jabodetabek* [Thesis]. Politeknik Negeri Jakarta.
- Yani, A. S., & Albab, M. U. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Keputusan Belanja Fashion Yang Dimoderasi Oleh Promosi Online. *Media Manajemen Jasa*, 10(2). <https://doi.org/10.52447/Mmj.V10i2.6619>
- Yulinda, R. V. (2024). *Hubungan Kesadaran Lingkungan Dan Place Attachment Dengan Perilaku Pro Lingkungan Mahasiswa Di Kampus* [Thesis]. Uin Raden Intan Lampung.
- Yurillita, R., Sumantri, R., & Iqbal, M. (2024). Pengaruh Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Busana Muslim Rabbani Plaju Kota Palembang. *El-Mubarak: Islamic Studies Journal*, 1(1), 1–8.
- Zahra, P. A. (2025). *Pengaruh Fashion Lifestye, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrift Pada Gen Z Di Bandar Lampung* [Thesis]. Universitas Lampung.
- Zain, M. R. F., & Siregar, O. M. (2025). Pengaruh Fashion Involvement, Brand Credibility & Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Vans Di Wilayah Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7.D), 173–185.