

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pakaian thrift di kalangan masyarakat di Kota Padang, maka ada beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pakaian *thrift* di kalangan masyarakat di Kota Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,513 dengan nilai PValues sebesar 0,000 ($<0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap harga pakaian *thrift*, maka semakin tinggi pula permintaan pakaian *thrift*.
2. Pendapatan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan pakaian *thrift* di kalangan masyarakat di Kota Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,049 dengan nilai PValues sebesar 0,559 ($>0,05$). Artinya, peningkatan pendapatan cenderung meningkatkan permintaan pakaian *thrift*, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat.
3. Selera berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pakaian *thrift* di kalangan masyarakat di Kota Padang. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,342 dengan nilai PValues sebesar 0,000 ($<0,05$). Artinya, semakin tinggi selera masyarakat terhadap pakaian *thrift*, maka semakin tinggi pula permintaan pakaian *thrift*.

B. Saran

1. Bagi pemerintah
 - a. Pemerintah diharapkan mampu memperkuat pengawasan terhadap peredaran pakaian *thrift*, terutama yang berkaitan dengan aspek kebersihan, kesehatan, dan keamanan produk sehingga masyarakat memperoleh produk yang layak digunakan.
 - b. Pemerintah diharapkan dapat memberikan pembinaan kepada pelaku usaha pakaian *thrift* mengenai tata kelola usaha, standar kebersihan produk, serta pemasaran yang baik sehingga usaha pakaian *thrift* dapat berkembang secara berkelanjutan.
2. Bagi pelaku usaha pakaian *thrift*
 - a. Para pelaku usaha diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk serta menentukan harga yang disesuaikan dengan kondisi dan kualitas pakaian sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen.
 - b. Pelaku usaha disarankan menyediakan variasi model, ukuran, dan merek (*branded*) yang sesuai dengan perkembangan tren fashion agar dapat memenuhi selera konsumen.
 - c. Pelaku usaha diharapkan memperhatikan kebersihan dan kelayakan pakaian *thrift* sebelum dipasarkan sehingga konsumen merasa aman dan nyaman.

3. Bagi masyarakat

- a. Masyarakat diharapkan lebih bijaksana dalam memilih pakaian *thrift* dengan mempertimbangkan kualitas, kebersihan, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan.
- b. Masyarakat juga diharapkan menjadikan pakaian *thrift* sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan berpakaian secara ekonomis tanpa mengabaikan aspek kesehatan dan kenyamanan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas jumlah responden dan wilayah penelitian sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan pakaian *thrift*.
- b. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi permintaan pakaian *thrift*, seperti kualitas produk, gaya hidup (*lifestyle*), promosi, citra merek (*brand image*), kepercayaan konsumen, maupun pengaruh mediasosial.

DAFTAR PUSTAKA

- A Zeithaml, Valarie. "Consumer perception of price quality and value: A Means." *Journal Of Marketing* 52 (N.D.).
- Adirestuty, Fitanty, Yussy Rahayu, And Vina Erdiani. "Pengaruh Pendapatan Dan Selera Terhadap Permintaan Ikan Laut Di Kabupaten Pangandaran" 2, No. 1 (2018): 23–32.
- Agnesvy, Faninda, And Mochamad Iqbal. "Penggunaan Trend Fashion Thrift Sebagai Konsep Diri Pada Remaja Di Kota Bandung." *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi* 10, No. 02 (2022): 254–71.
- Akhmad. *Ekonomi Mikro- Teori Dan Aplikasi Di Dunia Usaha*. Edited By Putri Chistian. Yogyakarta, 2014.
- Ayu Utami, Ruruh, And Kussudyarsana. "Analisis Efektivitas Kampanye Pemasaran Storytelling Pada Platform Azarine Cosmetic" 24, No. 02 (2024): 1–6.
- Catherine, Catherine, And Hengky Kosasih. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Selera Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Chicken Holic Medan," 2025, 133–37.
- Dkk, Mochamad Nashrullah. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subjek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*, 2023.
- Dopas, Farly A. "Pengaruh Kapasitas Produksi Dan Permintaan Terhadap Pendapatan Petani Gula Aren Di Desa Tombatu 2," N.D.
- Edwin, Dkk. Basmar. *Pengantar Ilmu Ekonomi (Konsep, Teori Dan Dinamika Ekonomi)*. Edited By Hartini, 2024.
- Ekonomi, Fakultas, D A N Bisnis, Universitas Pakuan, And Kota Bogor. "https://doi.org/10.52049/gemakampus.v18i2.331" 18, No. 2 (2023): 117–26.
- F.Hair, Joseph, Tomas M.Hult, Christian M.Ringle, And Marko Sarstedt. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R*, 2022.
- Fikry, Havid, Sumarsono, And Nur Muflillah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan

- Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Mediator Kepuasan Konsumen Menggunakan Sem-Pls” 2 (2024): 254–74.
- Harahap, Lenni Khotimah. “Analisis Sem (Structural Equation Modelling) Dengan Smartpls (Partial Least Square),” No. 1 (2016).
- Hardiansyah, M. “Mekanisme Penetapan Harga Pakaian Bejas Di Pasar Senggol Kota Parepare(Analisis Ekonomi Syariah),” 2020.
- Hulantu, Karlin, Karlina Napu, Nuzmerini Rauf, Administrasi Bisnis, Universitas Bina, Mandiri Gorontalo, And Kota Gorontalo. “The Influence Of Price And Consumer Income On Product Purchasing Decisions At The Aning Sho , Milangodaa Village” 12 (2024): 1–12.
- Ibrahim, Ridwan, Rahmatiah, Sahrain Bumulo, And Selvin Apajulu. “Fenomena Thrifting Fashion Di Era Milenial (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Thrifting Fashion Di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo.” *Sosiologi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, No. 3 (2024): 136–45.
- Ishak, Khodijah. “Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam,” N.D., 35–49.
- Julia, S. R, R. A Zunaedi, And P. S Putra. “Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Pembelian Pakaian Bekas Pada Sosial Media Di Indonesia | Journal Of Management And Digital Business,” 2024.
<https://Journal.Nurscienceinstitute.Id/Index.Php/Jmdb/Article/View/938>.
- Kota Padang Dalam Angka 2025*. Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2025.
- Kotler, Philip, And Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, 2016.
- Kualitas, Pengaruh, Layanan Dan, Harga Terhadap, Pelanggan Pada, Grabfood Studi, And Wilayah Kecamatan. “Jurnal Ilmiah M-Progress” 12, No. 1 (2022): 70–83.
- Maisaroh, And Khadijah Nurani. “Pengaruh Harga , Selera Konsumen , Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dilihat Dari Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus : Sanjai Sil Aur Kuning Bukittinggi),” No. September 2023 (N.D.): 109–22.
- Mankiw, N Gregory. *Economics*, N.D.

- Merek, Pengaruh Citra, Harga D A N Promosi, And Edi Cahyono. “Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta” V, No. 1 (2018): 61–75.
- Nasution, Leni Masnidar. “Statistik Deskriptif” 14, No. 1 (2017): 49–55.
- Nasution, Nur Fadillah, Zulkifli M E Siregar, And Yona Melia. “Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk , Kualitas Produk , Harga Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Kopi Wans” 14 (2025): 476–89.
- Nurhalizah, Siti, Gusmi Kholijah, And Universitas Jambi. “Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada” 6, No. 2 (2023): 125–35.
- Pembangunan, Stie. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menentukan Harga,,” N.D.
- Pertiwi, Pitma. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Tenaga Kerja Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Putri, Mutiara Rahma. “Pengaruh Trend Fashion , Pendapatan , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Permintaan Produk Pakaian Thrifting Di Pasar Gedebage Kota Bandung” 5 (2025).
- Ramadhan, Anggia, Radian Rahim, And Nurul Nabila Utami Tahta. “Teori Pendapatan(Studi Kasus : Pendapatan Petani Desa Medan Krio) Tahta Media Group,” 2023.
- Risqie, Arvino, And Perdana Putra. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Roda 4 Di Surabaya” 4, No. 1 (2024).
- Rompas, Wensy F I. “Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Nilai Tukar Terhadap Permintaan Kredit Pada Perbankan Di Kota Manado” 18, No. 02 (2018): 204–15.
- Rusdi David, Muhammad. “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surabaya” 1, No. September (2016).
- Rustam, Dicky, Rudi Mulya, And Siti Aisyah. “Analisis Permintaan Pakaian Pada Marketplace Shopee Di Generasi Milenial” 11, No. 3 (2022): 258–63.
<https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.368>.
- Sadono, Sukirno. *Mikroekonomi: Teori Pengantar*, 2006.
- Saylendra, W. “Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada

- Pakaian Second Di Pasar Beringharjo Di Yogyakarta,” 2022.
- Setiabudhi, Hatta, Suwono, And Dkk. *Analisis Data Kuantitatif Dengan Smart Pls* 4, 2025.
- Sholihin, Muahmmad. “(Partial Least Squares) Structural Equation Modeling,” Ikatan Akuntan Indonesia,” 2021.
- Situmorang, Maria Kristina. “Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36” 1, No. 1 (2018): 90–98.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi: Teori Pengantar*. Ketiga. (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada), 2013.
- Mikroekonomi: Teori Pengantar*. Ketiga. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2013.
- Suryanto, Dasep. “Invest : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi Makmur Plantation Palm Factory Unit Incari Raya Group” 3, No. 1 (2022): 108–18.
- Suryawan, Ida Bagus Made. “Pengaruh Selera Konsumen, Persepsi Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt Sejahtera Indobali Trada Cabang Bangli” 3 (2018).
- Ykpn, Stie. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat” 34, No. 3 (2023): 174–89.
- Yusriana, Nurul Izzah, Program Si, Program Studi, Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, D A N Hukum, Universitas Islam, Negeri Sultan, And Syarif Kasim. “Pengaruh Pendapatan Dan Selera Terhadap Permintaan Konsumen Pada Tungku Dakak - Dakak Ni Nun Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah,” 2023.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Zulnanda, Hanifa, And Irwan Muslim. “Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Kota Pariaman” 1, No. 1 (2023): 1–21.