

**THRIFT SHOPPING INTENTION; UNDERSTANDING THE  
INFLUENCERS OF SECOND-HAND APPAREL SHOPPING BEHAVIOR**

**(Studi Empiris: Konsumen *Thrift Fashion* di Ponorogo)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Ulfa Vicamara  
NIM : 19414977  
Program Studi : Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : *Thrift Shopping Intention; Understanding the Influencers of Second-Hand Apparel Shopping Behavior*  
Nama : Ulfa Vicamara  
NIM : 19414977  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 07 Oktober 1998  
Program Studi : Manajemen

Isi dan format disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

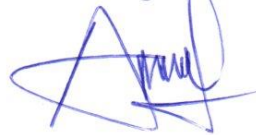
Ponorogo, 4 April 2023

Pembimbing I



Adi Santoso, SE., MM  
NIDN. 0727118803

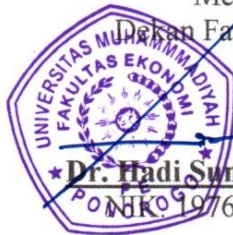
Pembimbing II



Riawan, S.Pd., MM  
NIDN. 0705128502

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



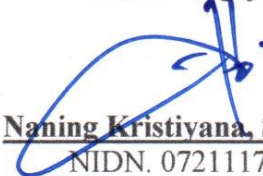
Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si  
NIDN. 0760508 200501 11

Dosen Penguji I



Adi Santoso, SE., MM  
NIDN. 0727118803

Dosen Penguji:  
Dosen Penguji II



Naning Kristiyana, SE., MM  
NIDN. 0721117501

Dosen Penguji III



Wahna Widhianingrum, SP., MM  
NIDN. 0707118602

## RINGKASAN

Ulfa Vicamara (19414977)

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terkait minat beli terhadap produk pakaian bekas (thrift). Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang memiliki keinginan untuk melakukan pembelian pada produk pakaian bekas. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 200 konsumen pakaian bekas (thrift). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan penyebaran kuesioner menggunakan google form dan menggunakan skalalikert. Metode analisis menggunakan SEM dengan alat bantu software amos. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa social support berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan hedonic motivation dan perceived risk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Perkembangan dunia industri terutama bidang produk pakaian bekas (thrift) untuk meningkatkan minat beli masyarakat dapat mengacu berdasarkan faktor-faktor yang memiliki pengaruhnya secara signifikan seperti social support. Keterbatasan-keterbatasan penelitian ini yaitu variabel independen yang mempengaruhi minat beli (shopping intention) hanya terbatas pada tiga variabel, yaitu hedonic motivation, social support, dan perceived risk dimana masih terdapat beberapa variabel independen lain yang dapat menjelaskan dan kemungkinan berpengaruh terhadap variabel minat beli (shopping intention); sampel penelitian hanya 200 responden dengan ruang lingkup yang luas sehingga belum dapat digunakan untuk menggeneralisasikan secara keseluruhan; dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesioner yang didasarkan pada persepsi jawaban responden, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen kuesioner secara tertulis tanpa dilengkapi dengan wawancara dan interview.

**Kata Kunci:** *Hedonic Motives, Social Support, Perceived Risk, Shopping Intention*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatNya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “*Thrift Shopping Intention; Understanding the Influencers of Second Hand Apparel Shopping Behavior*” sesuai dengan yang telah direncanakan.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan pendidikan Strata 1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orangtua saya Bapak Tekad dan Ibu Endang yang senantiasa mendo'akan, mencurahkan perhatian, nasihat, serta dukungan baik secara moral maupun financial.
2. Rizky Awalul Bahroni, yang selalu membantu, memberi semangat motivasi dan dukungan dalam hidup saya, dalam tugas akhir ini dan dalam hal apapun.
3. Adi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Riawan, S.Pd., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Naning Kristiyana, SE., MM., selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
6. Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.
8. Teman-temanku yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat senang dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti.

Ponorogo, Februari 2023

Penulis



## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya tulis yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan. Dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Februari 2023



Ulfa Vicamara  
NIM. 19414977

## MOTTO

“Start Now. Start Where You Are. Start With Fear. Start With Pain. Start With  
Doubt. Start With Hand Shaking Start With Voice Trembling; But Start. Start And  
Don’t Stop. Start Where You Are, With What You Have. Just Start”



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. <i>Consumer Culture Theory</i> .....	10
2. <i>Hedonism Motivation</i> .....	12
3. <i>Social Support</i> .....	15
4. <i>Perceived Risk</i> .....	17
5. <i>Shopping Intention</i> .....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	21



C. Model Kerangka Penelitian .....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Ruang Lingkup Penelitian .....	25
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel .....	25
C. Jenis Data Penelitian.....	27
1. Data Primer.....	27
2. Data Sekunder.....	27
D. Metode Pengambilan Data.....	28
E. Definisi Operasional Variabel .....	29
F. Metode Analisa Data .....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Perkembangan Thrift di Ponorogo.....	38
B. Identitas Responden.....	39
C. Hasil Analisa Faktor .....	40
D. Pembahasan .....	49
1. Pengaruh <i>Hedonisme Motivation</i> terhadap <i>Shopping Intention</i> .....	49
2. Pengaruh <i>Social Support</i> terhadap <i>Shopping Intention</i> .....	50
3. Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Shopping Intention</i> .....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	53
C. Keterbatasan Penelitian.....	54

DAFTAR PUSTAKA ..... 55  
LAMPIRAN ..... 62



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	GAP Research.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	29
Tabel 3.2	<i>Goodness of Fit Indices</i> .....	36
Tabel 4.1	Profil Responden.....	39
Tabel 4.2	Model Pengukuran Konsep Eksogen ( <i>Hedonisme Motivation</i> ).....	43
Tabel 4.3	Model Pengukuran Konsep Eksogen ( <i>Social Support</i> ).....	43
Tabel 4.4	Model Pengukuran Konsep Eksogen ( <i>Perceived Risk</i> ) .....	43
Tabel 4.5	Model Pengukuran Konsep Endogen ( <i>Shopping Intention</i> ) .....	44
Tabel 4.6	<i>Computation of Degree of Freedom (Freedom Default Model)</i> ....	45
Tabel 4.7	<i>Regression Weights</i> .....	46
Tabel 4.8	Rekapitulasi Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> .....	47
Tabel 4.9	<i>Regression Weights Estimates</i> .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kerangka Penelitian .....	24
Gambar 4.1	Model SEM.....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2. Plagiasi Artikel .....	65
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	66
Lampiran 4. Hasil Olah Data .....	78

