

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Penelitian

#### 4.1.1 Karakteristik Responden

Bagian ini akan menjelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden, data ini digunakan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran umum tentang responden sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini responden yang dimaksud adalah pengguna *Thrifting* di wilayah desa karang asih kecamatan cikarang utara. Berdasarkan jumlah data yang diperoleh dari 115 pengguna *Thrifting* melalui daftar pernyataan didapat kondisi responden tentang: nama lengkap jenis kelamin, usia, pekerjaan, usia bisnis, pendapatan setiap bulan. Karakteristik responden dapat dilihat melalui tabel-tabel berikut:

##### 4.1.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada gambar 4.1:

Tabel 4. 1 Data responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Presentase
Laki – Laki	50	43.5%
Perempuan	65	56.5%
Jumlah	115	100%

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Dari data 115 responden yang diperoleh, Jumlah total orang adalah 115, dengan 50 orang laki-laki dan 65 orang perempuan. Ini menunjukkan bahwa jumlah perempuan (56.5%) lebih banyak daripada laki-laki (43.5%) di kelompok ini, dengan selisih 15 orang.

#### 4.1.1.2 Karakteristik berdasarkan usia

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada Gambar dibawah 4.2

Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan usia

Usia	Responden	Presentase
< 20 Tahun	4	3.5%
20 – 30 Tahun	108	93.9%
> 30 Tahun	3	2.6%
Jumlah	115	100%

Berdasarkan Gambar 4.2 Dari total 115 orang, mayoritas berada dalam rentang usia 20 sampai 30 tahun (93.9%), diikuti oleh mereka yang berusia lebih dari 30 tahun (2.6%), dan yang termuda, kurang dari 20 tahun, sebanyak 3.5%. Ini menunjukkan bahwa kelompok usia 20 sampai 30 tahun mendominasi populasi ini.

#### 4.1.1.3 Karakteristik berdasarkan tingkat pekerjaan

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan tingkat pekerja dapat ditunjukkan pada Gambar 4.3 :

Tabel 4. 3 Data responden berdasarkan usia

Pekerjaan	Responden	Presentase
Pelajar mahasiswa	41	35.7%
Wirausaha	11	9.6%
Pegawai Negeri	33	28.7%
Pegawai Swasta	30	26.1%
Jumlah	115	100%

Berdasarkan Gambar 4.3 Dari total 115 orang, mayoritas adalah pelajar atau mahasiswa (35.7%), diikuti oleh pegawai negeri (28.7%), pegawai swasta (26.1%), dan wirausaha (9.6%). Ini menunjukkan bahwa populasi ini didominasi oleh pelajar atau mahasiswa, dengan jumlah wirausaha yang paling sedikit.

#### 4.1.1.4 Karakteristik responden pendapatan setiap bulan

Hasil analisis karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat ditunjukkan pada Gambar 4.4

Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan

<b>Pendapatan Setiap Bulan</b>	<b>Responden</b>	<b>Presentase</b>
< Rp. 500.000	6	5.2%
Rp. 500.000 – 2.500.000	8	7%
Rp. 2.500.000 – 5.000.000	24	20.9%
> Rp. 5.000.000	77	67%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Dari total 115 orang, mayoritas (sekitar 67% dari populasi) memiliki pendapatan bulanan lebih dari 5.000.000, menunjukkan bahwa sebagian besar populasi memiliki pendapatan yang cukup tinggi. Hanya sejumlah kecil (sekitar 5%) yang memiliki pendapatan kurang dari 500.000 per bulan. Ini menunjukkan distribusi yang cukup tidak merata dalam hal pendapatan, dengan sebagian besar dalam kelompok pendapatan tinggi.

#### 4.1.1.5 Karakteristik Pembelian *Thrifting* Di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara

Tabel 4. 5 data responden berdasarkan pembelian thrifting

<b>Pernah Membeli pakaian <i>Thrifting</i></b>	<b>Responden</b>	<b>Presentase</b>
Ya	111	96.5%
Tidak	4	3.5%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

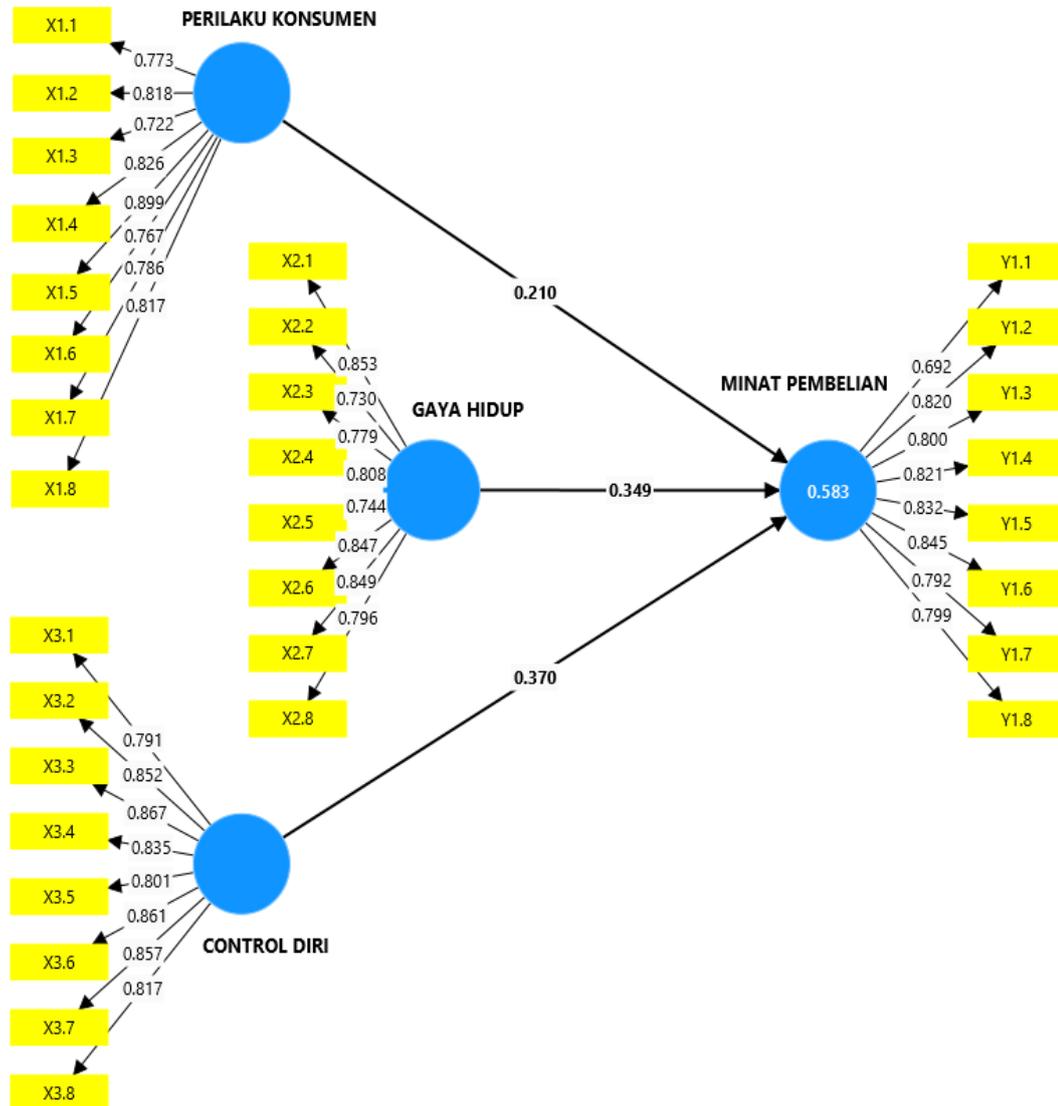
Berdasarkan gambar 4.5 Dari total 115 Orang, 111 Orang atau sekitar 96.5% dari populasi membeli barang bekas (*Thrifting*), sementara hanya 4 orang atau sekitar 3.5% yang tidak melakukannya. Ini menunjukkan bahwa kegiatan *Thrifting* cukup populer di antara populasi ini.

## **4.2 Deskripsi data Hasil analisis dan Uji Hipotesis**

Dalam menganalisis data dipenelitian ini dengan melakukan menyebarkan kuesioner dengan Google form kepada konsumen thrifiting di kabupaten bekasi. Deskripsi karakteristik dari responden dalam penelitian ini dibagi menjadi empat kelompok, yaitu berdasarkan jenis kelamin,usia,pekerjaan dan pendapatan. Jumlah responden yang bersedia mengisi 115 orang dengan 28 pertanyaan yang disediakan perilaku konsumen, gaya hidup, kontrol diri terhadap minat pembelian.

### **4.2.1 Measurement Model ( Outer Model)**

Uji Measurement Model (Outer Model) dilakukan melalui dua tahap yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun model pengukurannya dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut



Gambar 4. 1 Meuserement Model Tahap I (Outer Model)

Berdasarkan olah data gambar diatas variable Perilaku Konsumen memiliki 8 indikator, variable gaya hidup memiliki 8 indikator, variable Kontrol diri memiliki 8 indikator, dan juga variable minat pembelian memiliki 8 indikator, dijelaskan secara singkat bahwasanya saya menggunakan metode parsial

#### 4.2.1.1 Uji Validitas

##### 1. Convergent Validity

###### A. Outer Loading (*convergent validity*)

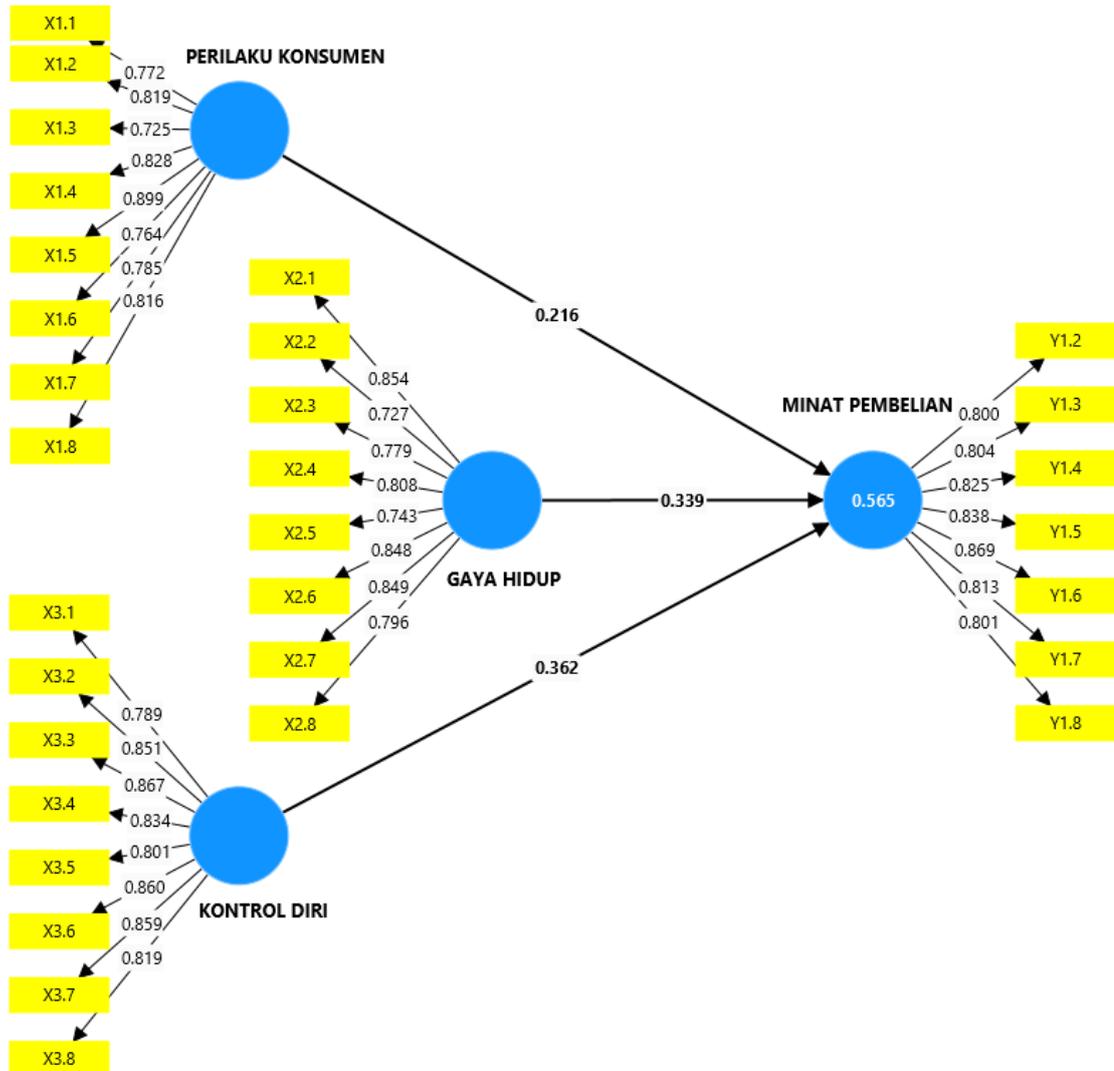
Tabel 4. 6 Outer Loading Tahap I (*convergent validity*)

	PERILAKU KONSUMEN	GAYA HIDUP	KONTROL DIRI	MINAT PEMBELIAN	KETERANGAN
X1.1	0,773				VALID
X1.2	0,818				VALID
X1.3	0,722				VALID
X1.4	0,826				VALID
X1.5	0,899				VALID
X1.6	0,767				VALID
X1.7	0,786				VALID
X1.8	0,817				VALID
X2.1		0,853			VALID
X2.2		0,730			VALID
X2.3		0,779			VALID
X2.4		0,808			VALID
X2.5		0,744			VALID
X2.6		0,847			VALID
X2.7		0,849			VALID
X2.8		0,796			VALID
X3.1			0,791		VALID
X3.2			0,852		VALID
X3.3			0,867		VALID
X3.4			0,835		VALID
X3.5			0,801		VALID
X3.6			0,861		VALID
X3.7			0,857		VALID
X3.8			0,817		VALID
Y1.1				0,692	<b>TIDAK VALID</b>
Y1.2				0,820	VALID
Y1.3				0,800	VALID
Y1.4				0,821	VALID
Y1.5				0,832	VALID
Y1.6				0,845	VALID
Y1.7				0,792	VALID
Y1.8				0,799	VALID

(Sumber : Hasil Pengolahan data Menggunakan Smart PLS Tahap I)

Berdasarkan olah data Tahap I, yaitu variabel Minat Pembelian dinyatakan “Tidak valid” dikarenakan nilai outer loading nya yang rendah

(<0,7) bisa dijelaskan nilai indikator yang rendah sebaiknya di hapus atau di eliminasi tujuannya untuk meningkatkan validitas model.



Gambar 4. 2 Outer Loading Tahap I (convergent validity)

Tabel 4. 7 Outer Loading Tahap I (convergent validity)

	PERILAKU KONSUMEN	GAYA HIDUP	KONTROL DIRI	MINAT PEMBELIAN	KETERANGAN
X1.1	0,772				VALID
X1.2	0,819				VALID
X1.3	0,725				VALID
X1.4	0,828				VALID
X1.5	0,899				VALID
X1.6	0,764				VALID

X1.7	0,785				VALID
X1.8	0,816				VALID
X2.1		0,854			VALID
X2.2		0,727			VALID
X2.3		0,779			VALID
X2.4		0,808			VALID
X2.5		0,743			VALID
X2.6		0,848			VALID
X2.7		0,849			VALID
X2.8		0,796			VALID
X3.1			0,789		VALID
X3.2			0,851		VALID
X3.3			0,867		VALID
X3.4			0,834		VALID
X3.5			0,801		VALID
X3.6			0,860		VALID
X3.7			0,859		VALID
X3.8			0,819		VALID
Y1.2				0,800	VALID
Y1.3				0,804	VALID
Y1.4				0,825	VALID
Y1.5				0,838	VALID
Y1.6				0,869	VALID
Y1.7				0,813	VALID
Y1.8				0,801	VALID

(Sumber : Hasil Pengolahan data Menggunakan Smart PLS Tahap II)

Berdasarkan nilai Outer loading diatas bahwasanya sudah memenuhi kriteria, yaitu angkanya melebihi 0.7, Setelah Nilai indikator yang tidak valid di hilangkan atau di eliminasi, oleh karena itu semua indikator dapat di terima dengan baik

### B. Average Variance Extracted AVE (Convergent Validity)

Tabel 4. 8 Average Variance Extracted AVE (Convergent Validity)

	Average variance extracted (AVE)
Perilaku Konsumen	0,644
Gaya Hidup	0,643

Kontrol Diri	0,698
Minat Pembelian	0,675

Sumber : Hasil Pengolahan data Menggunakan Smart PLS

Secara keseluruhan, validitas konvergen dari model ini dapat dianggap baik, karena semua nilai AVE berada di atas batas minimum yang diterima. Ini berarti bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam model ini cukup efektif dalam mengukur konstruk-konstruk yang diwakili oleh variabel laten masing-masing.

## 2. Uji Validitas Diskriminan (Diskriminant Validity)

### a. Cross Loading test (Diskriminant Validity)

Tabel 4. 9 Cross Loading Test

	Perilaku Konsumen	Gaya Hidup	Kontrol Diri	Minat Pembelian
X1.1	0,772	0,365	0,339	0,397
X1.2	0,819	0,338	0,287	0,357
X1.3	0,725	0,257	0,185	0,325
X1.4	0,828	0,377	0,236	0,440
X1.5	0,899	0,408	0,337	0,504
X1.6	0,764	0,331	0,285	0,332
X1.7	0,785	0,370	0,401	0,466
X1.8	0,816	0,418	0,469	0,429
X2.1	0,497	0,854	0,496	0,592
X2.2	0,370	0,727	0,387	0,476
X2.3	0,283	0,779	0,484	0,451
X2.4	0,357	0,808	0,504	0,474
X2.5	0,276	0,743	0,352	0,461
X2.6	0,396	0,848	0,506	0,574
X2.7	0,331	0,849	0,511	0,550
X2.8	0,353	0,796	0,500	0,550
X3.1	0,406	0,497	0,789	0,488
X3.2	0,283	0,510	0,851	0,527
X3.3	0,321	0,517	0,867	0,589
X3.4	0,309	0,509	0,834	0,523
X3.5	0,269	0,535	0,801	0,474
X3.6	0,384	0,522	0,860	0,547
X3.7	0,329	0,445	0,859	0,572
X3.8	0,383	0,396	0,819	0,586
Y1.2	0,356	0,513	0,599	0,800

Y1.3	0,365	0,499	0,513	0,804
Y1.4	0,389	0,536	0,561	0,825
Y1.5	0,430	0,570	0,483	0,838
Y1.6	0,474	0,534	0,475	0,869
Y1.7	0,470	0,534	0,505	0,813
Y1.8	0,469	0,538	0,578	0,801

(Sumber: Hasil Pengolahan data Menggunakan SEM PLS)

diatas menunjukkan hasil bahwa semua konstruk atau variabel laten memiliki validitas diskriminasi yang baik dan dianggap valid dalam hasil pengujian validitas diskriminasi. Karena item indikator konstruk terhadap konstraknya lebih besar daripada nilai cross loading (lebih dari 0,5).. Peneliti dapat meningkatkan validitas konstruk secara keseluruhan dengan melakukan evaluasi cross loading. Untuk meningkatkan kualitas pengukuran model, indikator yang tidak memenuhi persyaratan validitas diskriminan dapat dihapus atau diubah.

#### 4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Perilaku Konsumen	0,921	0,930	0,935	0,644
Gaya Hidup	0,920	0,925	0,935	0,643
Kontrol Diri	0,938	0,940	0,949	0,698
Minat Beli	0,920	0,920	0,936	0,675

(Sumber: Hasil Pengolahan data Menggunakan SEM PLS)

Semua variabel laten (Perilaku Konsumen, Gaya Hidup, Kontrol Diri, dan Minat Beli) memiliki nilai Cronbach's alpha di atas 0.90, yang menunjukkan konsistensi internal yang sangat tinggi, Dengan nilai-nilai Cronbach's alpha yang sangat tinggi ini, kita dapat menyimpulkan bahwa skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dan reliabel dalam mengukur konstruk-konstruk yang dimaksud.

### 4.3 Uji Hipotesis ( Uji T)

Tabel 4. 11 Bootstrapping Uji Hipotesis

	<i>Original</i>	<i>Sample</i>	<i>Standard</i>	<i>T Statistic</i>	<i>p</i>
	<i>Sample</i>	<i>Mean</i>	<i>deviation</i>	<i>( O/STDEV )</i>	<i>Values</i>
	(O)	(M)	(STDEV)		
	0,216	0,226	0,074	2,912	0,004
Gaya Hidup > Minat Pembelian	0,339	0,357	0,09	3,730	0,000
Kontrol Diri > Minat Pembelian	0,362	0,335	0,091	4,01	0,000

(Sumber: Hasil Pengolahan data Menggunakan SEM PLS)

Dari tabel hasil uji hipotesis (uji t) di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Hipotesis pertama (H1) **DITERIMA** yaitu ada pengaruh signifikan perilaku konsumen terhadap minat pembelian dengan path coefficient (0.216) dan p-value ( $0,000 < 0,04$ ).
2. Hipotesis pertama (H2) **DITERIMA** yaitu ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap minat pembelian dengan path coefficient (0.339) dan p-value ( $0,000 < 0,04$ ).
3. Hipotesis pertama (H3) **DITERIMA** yaitu ada pengaruh signifikan kontrol diri terhadap minat pembelian dengan path coefficient (0,362) dan p-value ( $0,000 < 0,04$ ).

#### 4.3.1 Uji Structural Model (Inner Model)

##### A. Path Coefficients

Tabel 4. 12 Path Coefficients

	Path coefficients
Perilaku Konsumen > Minat beli	0,216
Gaya Hidup > Minat Pembelian	0,339
Kontrol Diri > Minat Pembelian	0,362

(Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SEM PLS)

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti Perilaku Konsumen, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian. Interpretasi ini bergantung

pada konteks kajian dan metodologi yang digunakan dalam analisis path coefficients tersebut.

### B. R-Square (Koefisien Determinasi)

Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
Minat Pembelian	0,565	0,553

(Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SEM PLS)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan hasil pengujian inner model penelitian yang menunjukkan nilai R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,565 untuk variabel Minat Pembelian. Hasil perhitungan SmartPLS menunjukkan bahwa 3 (tiga) variabel independent yaitu Perilaku Konsumen (X1), Gaya Hidup (X2) dan Kontrol Diri (X3) mampu menjelaskan sebesar 56,5% variabel

### 4.3.2 Uji Goodness of Fit

Tabel 4. 14 Uji Goodness of Fit

Rata - Rata Community	Rata- Rata R square	Goodness Fit
0,661	0,583	0,611

(Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SEM PLS)

Berdasarkan perhitungan table diatas menunjukkan nilai GoF model adalah 0,612 termasuk kategori GoF tinggi. Data empiris mampu menjelaskan model pengukuran dan model pengukuran dengan tingkat kecocokan tinggi Interpretasi ini mengindikasikan bahwa model secara umum mampu menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dengan baik, meskipun masih ada potensi untuk memperbaiki dan mengoptimalkan model dengan mempertimbangkan hasil evaluasi ini dalam analisis selanjutnya

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Pengaruh Perilaku Konsumen (X1) Terhadap Minat Pembelian (Y)**

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut, dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Pembelian sebesar 0,216 (positif) yang menunjukkan arah hubungan Perilaku Konsumen terhadap Minat Pembelian adalah positif. Dengan t-statistik sebesar 2,912 (diatas 1,96) dan p value sebesar 0,000 (dibawah 0,5). Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumen berpengaruh terhadap Minat pembelian fashion thrifitng di kabupaten bekasi dengan demikian H1 diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat Perilaku konsumen maka akan semakin baik pula Minat pembelian yang dilakukan oleh pengguna fashion *Thrifting*, begitu juga sebaliknya. Perilaku konsumen yang dimiliki dapat menjadi modal yang kuat untuk membantu pengguna *Thrifting* dalam mengelola gaya hidup mereka dan melakukan Kontrol diri dalam mengenakan pakaian thrifitng, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan budaya thrifiting. Hal ini sejalan dengan penelitian (Khasanah & Irawati, 2022) yang menyatakan bahwa Perilaku konsumen berpengaruh terhadap Minat pembelian.

##### **4.4.2 Gaya Hidup (X2) Terhadap Minat Pembelian**

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Pembelian sebesar 0,339 (positif) yang menunjukkan arah hubungan Gaya Hidup terhadap Minat Pembelian adalah positif dengan t-statistik sebesar 3,730 (diatas 1,96) dan p value sebesar 0,000 (dibawah 0,5). Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya hidup berpengaruh terhadap Minat pembelian fashion *Thrifting* di kabupaten bekasi, dengan demikian H2 diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik Gaya hidup pengguna *Thrifting* maka semakin tinggi pula tingkat Minat pembelian UMKM, begitu juga sebaliknya. Hal tersebut disebabkan karena Gaya Hidup menjadi salah satu yang dibutuhkan oleh Pengguna Thrifitng untuk mengikuti perkembangan gaya hidup di era tahun sekarang dan tahun berikutnya.

Temuan ini mendukung penelitian (Anisyah et al., 2021) yang menyatakan bahwa Gaya hidup berpengaruh terhadap minat pembelian.

#### **4.4.3 Control diri (X3) Terhadap Minat Pembelian (Y)**

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut, dapat disimpulkan bahwa control diri berpengaruh terhadap Minat Pembelian karena memiliki t-statistik sebesar 0,362 (dibawah 1,96) dan p value sebesar 0,938 (dibawah 0,5). Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa control diri berpengaruh terhadap Minat pembelian fashion *Thrifting*, dengan demikian H3 diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa Pengguna *thriftitng* dapat mengontrol diri mereka dalam menggunakan uang sesuai dengan kebutuhannya sehingga dapat menentukan bahwa pelaku pengguna *Thrifting* juga dapat melakukan control diri dalam pengelolaan keuangannya dengan baik,.Hal ini mendukung penelitian (Baptista & Dewi, 2021) yang menyatakan bahwa Control diri berpengaruh dalam minat pembelian.