

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Thrifting merupakan pakaian fashionable, branded, unik dan dapat didapatkan dengan harga terjangkau. Tren fashion *Thrifting* merupakan salah satu pakaian yang banyak digemari oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan seperti halnya anak milenial. Ramainya tren fashion dari pakaian *Thrifting* membuat masyarakat terdorong untuk membeli pakaian tersebut agar kebutuhan gaya hidupnya terpenuhi, dikarenakan Perilaku konsumen akan termotivasi oleh kebutuhan, dengan kata lain setiap perilaku seseorang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, atau tujuan tertentu dalam memperolehnya. Selanjutnya Konsumen akan melakukan pembelian dan dipengaruhi tidak hanya oleh keluarga, teman, iklan dan panutan tetapi juga oleh suasana hati, situasi, emosi dan gaya hidup. konsumen akan lebih memilih melakukan pembelian atas dasar pengaruh gaya hidup yang dinilai cukup membantu konsumen yang mengutamakan keinginan (Goenawan & Monica, 2021)

mengendalikan keinginannya konsumen perlu melakukan kontrol diri, kemampuan kontrol diri memiliki tiga cakupan konsep yang berbeda terdiri dari, kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, mampu mengelola informasi yang tidak diinginkan, serta mampu mengendalikan tindakan yang dikehendaki. setiap individu memiliki cara tersendiri untuk mengarahkan perilaku kontrol diri. serta mempertimbangkan perilaku agar setiap dorongan yang ada pada dirinya tersalur dengan benar dan tidak menyimpang dari norma yang berlaku. Oleh karena itu kontrol diri bagi remaja berperan sebagai penentu dalam melakukan sesuatu. remaja yang memiliki kontrol diri tinggi mampu memperhatikan cara dalam mengontrol dirinya pada situasi tertentu, sedangkan remaja yang memiliki kontrol diri rendah tidak memiliki kemampuan dalam memperhatikan konsekuensi dari tindakan yang dilakukan (Khotimah et al., 2016)

mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan serta mempengaruhi tingkat kontrol diri. Minat beli pada kontrol diri merupakan aspek relevan dalam kehidupan sehari-hari oleh karena itu

Semakin tinggi tingkat kontrol diri maka semakin menandakan bahwa konsumen tersebut bisa mengevaluasi dalam penentuan minat beli barang sesuai control dirinya sendiri. (Indrawati, 2022)

Tabel 1.1 Laporan hasil penjualan Tahun 2024

No	Bulan	Pelanggan	Penjualan Perbulan	Jumlah Barang yang terjual
1	Januari	23 Pelanggan	Rp. 2.300.000 – Rp 3.450.000	28
2	Februari	22 Pelanggan	Rp. 2.200.000 – Rp 3.300.000	27
3	Maret	27 Pelanggan	Rp. 2.700.000 – Rp 4.050.000	34
4	April	22 Pelanggan	Rp. 2.200.000 – Rp 3.300.000	27
5	Mei	23 Pelanggan	Rp. 2.300.000 – Rp 3.450.000	28
6	Juni	22 Pelanggan	Rp. 2.200.000 – Rp 3.300.000	27
7	Juli	21 Pelanggan	Rp. 2.100.000 – Rp 3.150.000	29
Total Keseluruhan		150 Pelanggan	Min Rp. 16.000.000 / Max Rp. 24.000.00	200 Item

Sumber: Sabotase. 2nd Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara

Penjualan Perbulan bisa berubah ubah, karena menyesuaikan stok dengan kesesuaian harga, dan untuk Jumlah barang yg terjual pelanggan Thrifting mereka bisa membeli satu barang atau lebih, Dengan data penjualan yang cukup detail serta strategi yang tepat dan pemahaman yang baik mengenai data penjualan yang saya dapatkan ini, diharapkan bisnis *Thrifting* dengan nama "Sabotase 2Nd" yang berlokasi di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara kami sebagai pelanggan *Thrifting* berharap "Sabotase.2nd" dapat terus berkembang dan mencapai hasil yang lebih baik di masa depan.



Gambar 1.2 Laporan hasil penjualan Tahun 2024

Tabel 1. 2 Hasil Penelitian Para Ahli

NO	NAMA PENELITI / TAHUN	HASIL PENELITIAN
1.	Felicia goenawan “vita monica (2021)”	faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di Surabaya dan menekankan pentingnya memahami peran media, rangsangan, dan faktor demografis dalam membentuk keputusan konsumen
2.	Huda, N., Hulaify, A., Zakiyah Z., & Komarudin, P. (2023).	Pengumpulan data melibatkan distribusi kuesioner kepada 80 responden, dan uji hipotesis mengkonfirmasi pengaruh signifikan
3.	Rahmat Raden dan Dita Elnina dari Departemen Psikologi Universitas Islam (2022)	Studi ini menemukan efek signifikan dari pengendalian diri pada perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa
4.	Tin Agustina Karnawati, Risa Santoso, (2023)	Gaya hidup (lifestyle) dan kualitas produk (kualitas produk) memiliki dampak positif dan signifikan
5.	Nurul Arsita (1) Vicky F Sanjaya (2). (2021)	Penelitian menemukan bahwa gaya hidup dan tren mode memiliki pengaruh positif yang signifikan

Dalam penelitiannya “Felicia goenawan vita monica (2021)” menjelaskan tentang pemahaman perilaku konsumen di Surabaya yang “signifikan” dan berpendapat. Penelitian “Huda N Hulaify A Zakiyah Z, & Komarudin, P. (2023).” dia meneliti tentang pemahaman pengaruh konsumen terhadap keputusan pembelian pusat baju bekas di banjar masin yang “signifikan” dan berpendapat.

Penelitian “Rahmat Raden dan Dita Elnina (2022)” dia meneliti tentang pemahaman Kemampuan kontrol diri dan pembelian impulsif terhadap produk fashion yang signifikan dan berpendapat. Penelitian “Tin Agustina Karnawati, Risa Santoso (2023) beliau meneliti tentang pemahaman Keputusan Pembelian Sepatu second di malang yang signifikan dan juga berpendapat. Dalam penelitian “Nurul Arsita (1) Vicky F Sanjaya (2). (2021)” menjelaskan tentang pemahaman Pengaruh gaya hidup dan trend fashion terhadap keputusan pembelian yang signifikan dan juga berpendapat.

Berdasarkan pemaparan latar belakang mengenai. Fashion thrifiting, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Perilaku Konsumen, Gaya Hidup, Kontrol Diri Pada Minat Pembelian Fashion Thrifiting Di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini diarahkan ada tidaknya pengaruh “Perilaku konsumen, gaya hidup dan self control pada minat pembelian fashion *Thrifiting*. Pokok permasalahan dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah perilaku konsumen dapat mempengaruhi minat pembelian fashion thrift di desa karang asih kecamatan cikarang utara?
2. Apakah gaya hidup individu berpengaruh terhadap minat beli mereka dalam membeli fashion thrift di desa karang asih kecamatan cikarang utara?
3. Apakah tingkat self-control mempengaruhi minat beli dalam fashion thrift di desa karang asih kecamatan cikarang utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dibuat diatas tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Perilaku Konsumen terhadap minat beli fashion *Thrifiting* di desa karang asih kecamatan cikarang utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap minat beli fashion *Thrifiting* di desa karang asih kecamatan cikarang utara

3. Untuk mengetahui pengaruh self Control terhadap minat beli fashion *Thrifting* di desa karang asih kecamatan cikarang utara

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai kalangan. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memahami perilaku konsumen, toko-toko thrift dapat meningkatkan pengalaman pelanggan mereka dengan memberikan layanan dan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan baru ke dalam teori perilaku konsumen dengan mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor seperti gaya hidup dan self-control mempengaruhi minat beli dalam konteks tertentu.

1.5 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan skripsi yang akan dilakukan peneliti berdasarkan pada aturan sistematika yang sudah ditetapkan oleh program studi manajemen Universitas Pelita Bangsa sehingga dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori, penelitian yang terdahulu yang relevan, dan hipotesis dan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini mencakup pokok-pokok pembahasan, antara lain: jenis dan desain penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel,

populasi dan sampel, jenis, sumber dan metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menerangkan tentang pengantar deskripsi data analisis data, pembahasan, penemuan penelitian, keterbatasan penelitian dan rekomendasi

BAB V PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan dan saran bagi pihak – pihak yang terkait