

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era yang semakin berkembang ini, gaya hidup berkelanjutan dan ramah lingkungan semakin mendapatkan perhatian. Salah satu manifestasi dari gaya hidup ini adalah *thrifitng* atau pembelian barang bekas. *Thrifitng* telah menjadi tren yang populer di kalangan konsumen yang peduli terhadap lingkungan, serta mereka yang ingin mendapatkan barang berkualitas dengan harga terjangkau.

Thrifitng merupakan barang bekas atau *second import* yang di perjual belikan, menurut (Yuniartika, 2022) *thrifitng* diambil dari kata *thrive* yang artinya berkembang, sedangkan menurut urban dictionary *thrift* memiliki arti pakaian bekas (*Used Clothing*) sehingga *thrifitng* dapat diartikan sebagai kegiatan membeli barang bekas. *Thrifitng* adalah sebuah kegiatan atau metode dalam berbelanja yang bertujuan untuk penghematan dan supaya biaya yang dikeluarkan untuk berbelanja keluar seminimal mungkin. Penjual pakaian bekas dikenal dengan sebutan *thrifitng shopping* baik itu toko secara fisik (*offline*) atau toko secara daring .

(online) dan biasanya *thrifitng shopping* tersebut menjual pakaian *secondhand* atau bekas Limbah dari pakaian yang menumpuk akibat perilaku konsumtif masyarakat pada saat itu biasa digunakan oleh orang-orang imigran. Kemudian tahun 1920-an terjadi depresi besar dan bangkitnya toko barang bekas. Saat terjadi krisis secara besar-besaran ini masyarakat bahkan tidak memiliki kemampuan untuk membeli pakaian baru dan membuat jalan alternatif untuk membeli pakaian dengan *thrifitng* atau berbelanja pakaian bekas di toko-toko penjual pakaian bekas. Bagi orang yang pada saat itu berkecukupan atau kaya, toko penjual pakaian bekas merupakan sebuah tempat untuk berdonasi dan pada saat itu toko barang bekas merupakan sebuah departement store (toko serba ada).

Beberapa orang menganggap bahwa kualitas *thrifitng* adalah barang bekas yang dinilai sebagian orang sebagai sampah dan orang yang mengkonsumsi barang bekas dianggap sebagai seorang yang berasal dari kelas bawah (*Lower Class*). (Yuniartika, 2022) kelas sosial adalah golongan dalam masyarakat yang ditentukan oleh posisi tertentu dalam proses produksi. Kelas sosial bawah memiliki beberapa faktor penyebab salah satu faktor terbesar adalah faktor ekonomi. Dalam Kegiatan *thrifitng* merupakan kegiatan berbelanja untuk mendapatkan barang yang tidak biasa dengan harga yang lebih murah.

Di Indonesia *thrifitng* mulai marak di perbincangkan dan di gemari anak muda saat pandemi COVID-19 terjadi dimana masyarakat mengalami penurunan ekonomi sehingga masyarakat terpaksa untuk berhemat. Terjadinya fenomena

thrifitng tidak terlepas dari pengaruh media sosial sebagai media pemasaran dan informasi *thrifitng* melalui berbagai platform. *Influencer* (celebrity instagram) menggunakan pakaian bekas dan menyuarakan pakaian yang dikenakan adalah hasil dari *thrifitng* di pasar-pasar. *Thrifitng* menyebar luas dan menjadi sebuah fenomena akibat cepatnya penggunaan sosial media, pengikut atau penggemar influencer yang menyuarakan *thrifitng* mayoritas adalah anak muda, sehingga membuat mereka mengikuti kegiatan *thrifitng* yang dilakukan idolanya tersebut.

Menurut (Syaraahiyya & Rusadi, S.T., M. Eng., 2023) membeli baju bekas dianggap sebagai fenomena bagi masyarakat umum, selain dikatakan sampah, kualitasnya tidak bagus, dan banyak bakterinya.membeli pakaian bekas juga disebabkan ketidak mampuan untuk membeli baju baru yang harganya lebih tinggi. Tetapi zaman telah berubah, membeli baju bekas menjadi sebuah trend dan pilihan gaya hidup.

Menurut (Syaraahiyya & Rusadi, S.T., M. Eng., 2023) Informasi *fashion* sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat, dan gaya hidup yang *fashionable* dan *fashionable* adalah suatu keharusan. Namun, jika melihat merek luar negeri seperti H&m, Uniqlo, Zara, Polo, Converse, Chanel, Levis, Dickies, Adidas, Lacoste, dll, upaya tersebut dinilai cukup mahal. Namun tidak harus mahal untuk tampil *fashionable* saat ini, selain terjangkau, membeli baju bekas juga menjadi pilihan yang *fashionable*, menjual baju dengan corak dan keunikan tersendiri yang menunjang penampilan.

Menurut (Syaraahiyya & Rusadi, S.T., M. Eng., 2023) Jual pakaian bekas dengan kualitas masih layak pakai. Toko merupakan solusi dari tingginya keinginan konsumen akan produk yang baik, sebagai salah satu cara pemenuhan kebutuhan hidup konsumen, namun tanpa ingin mengeluarkan uang terlalu banyak. Hal ini menarik dan terlihat dari banyaknya konsumen yang berkunjung dan menginginkan produk bermerek.

Salah satu toko *thrifting* yang cukup populer di Bekasi adalah toko Comporbed. Toko ini menawarkan berbagai produk bekas seperti pakaian, topi, aksesoris, dan jaket. Namun, dengan semakin banyaknya toko sejenis di sekitar Bekasi, persaingan di antara mereka semakin ketat. Oleh karena itu, penting bagi Toko Comporbed untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang pelanggan mereka.



Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen
Sumber : Ulasan Google,2024

Pada gambar 1.1 menunjukan meskipun begitu Masalah konsistensi kualitas produk Pelanggan seringkali mengeluhkan adanya variasi kondisi produk yang dijual di toko Comporbed. Terkadang mereka menemukan barang-barang dengan kualitas yang kurang baik, seperti pakaian yang rusak atau kotor. Kurangnya seleksi produk yang menarik: Koleksi produk di toko Comporbed dinilai terlalu umum dan kurang menarik bagi pelanggan yang mencari barang-barang unik atau spesial. Konsumen masih kesulitan untuk mencari produk pakaian sesuai dengan yang diharapkan. Ini berdampak pada kepuasan dan pembelian ulang Kurangnya keberagaman produk dan keterbatasan produk terkini dapat menurunkan daya tarik toko Comporbed bagi pelanggan, sehingga menurunkan kepuasan dan mengurangi kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Dalam beberapa tahun terakhir, *thrifitng* atau belanja barang bekas (khususnya pakaian dan sepatu bekas) telah menjadi semakin populer di berbagai daerah Indonesia. Namun, pemerintah akhirnya menegaskan bahwa perdagangan pakaian dan sepatu bekas dari luar negeri dilarang untuk dilakukan. Hal ini pun membuat kegiatan usaha yang menjual pakaian dan sepatu bekas (toko *thrift*) dianggap sebagai bisnis yang ilegal. Sayangnya, pada media sosial Instagram, masih banyak dijumpai beberapa pelaku usaha yang nekat membuka toko *thrift*-nya.

Terdapat beberapa peraturan perundang-undangan terkait larangan untuk menjual barang-barang bekas dari luar negeri, di antaranya sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU Perdagangan), sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2024 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (UU Cipta Kerja).
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor (Permendag 18/2021 dan Permendag 40/2022)



Gambar 1. 2 Press Conference Kemendag
Sumber : Biro Humas Kemendag

Mendag menegaskan bahwa pemerintah tidak melarang perdagangan barang bekas, khususnya pakaian. Namun, yang dilarang oleh pemerintah yaitu praktik mengenai impor barang bekas, termasuk pakaian bekas.

Sementara, Menteri Koperasi dan UKM mengungkapkan bahwa impor pakaian bekas dapat mengganggu pasar lokal karena bisa dipastikan produk lokal tidak bisa bersaing. Kementerian Koperasi dan UKM juga telah membuat saluran siaga (hotline) dengan para pedagang yang menjual pakaian bekas ilegal untuk tujuan alih usaha.

Kementerian Perdagangan dan Kementerian Koperasi dan UKM sepakat untuk melakukan pembatasan atau restriksi terhadap impor pakaian bekas guna melindungi produk lokal.

Tetapi meskipun adanya larangan dari Kemendag penjualan *thrifiting* di toko comporbed Bekasi selalu mengalami kenaikan, yang menunjukkan bahwa konsumen dari comporbed masih mau melakukan pembelian di toko ini karena selain *thrifiting* barang bekas yang masih layak dengan harga murah, ada beberapa faktor yang mendukung penjualan tetap meningkat

Menurut Kotler dan Keller, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Berikut adalah beberapa faktor yang mereka identifikasi: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Harga, Dukungan Pelanggan, Pengalaman Pembelian, Keberagaman produk.

Dalam konteks ini dari beberapa faktor diatas yang dipakai pada penelitian ini hanya kualitas produk, keberagaman produk dan kepuasan pelanggan karena relevan dengan penelitian ini.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami pengaruh kualitas produk dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian ulang *thrifitng* melalui kepuasan pelanggan pada toko comporbed Bekasi. Kualitas produk merupakan faktor kritis dalam membangun citra dan kepuasan konsumen. Konsumen cenderung memilih produk dengan kualitas yang baik, karena kualitas yang memadai memberikan jaminan akan nilai dan kinerja produk yang diharapkan.

Kemudian guna mengungkapkan fenomena keputusan pembelian ulang pelanggan Comporbed Bekasi dalam pembelian ulang produk, sebuah penelitian yang dilakukan pada 30 pelanggan toko Comporbed Bekasi, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. 1 Pra survey keputusan pembelian ulang Comporbed Bekasi

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Kualitas produk ditawarkan comporbed sangat bagus sehingga saya tertarik membeli lagi	12	40%	18	60%
2	Produk toko comporbed bekasi sangat bervariasi membuat saya tetap berlangganan di toko comporbed	13	43,3%	17	56,7%
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan toko comporbed sehingga saya nyaman untuk membeli produk lagi di comporbed	15	50%	15	50%

4	Saya tertarik akan melakukan pembelian ulang di toko Comporbed bekasi	11	36,7%	19	63,3%
Jumlah Skor Rata – Rata			36,70%		63,30%

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan data tabel 1.3 dalam pra survey yang telah dilakukan terhadap 30 responden konsumen toko Comporbed Bekasi tergolong rendah, hal ini terlihat dari persentase pelanggan yang menjawab “Ya” sebesar 40% pada pernyataan “Kualitas produk ditawarkan comporbed sangat bagus sehingga saya tertarik membeli lagi” dan jawaban “Tidak” sebesar 60%. Rendahnya tingkat pembelian ulang kemungkinan ada masalah dalam kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh berbagai faktor seperti kualitas bahan nya yang kurang bagus, ketersediaan barang nya dan faktor persaingan yang semakin ketat dengan maraknya persaingan bisnis yang serupa di daerah Bekasi. Hasil pra-survey memberikan gambaran awal tentang tingkat keputusan pembelian ulang, diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pembelian ulang pelanggan toko Comporbed Bekasi.

Menurut Tjiptono & Diana (2020:125), kualitas produk mencakup kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, termasuk keawetan,keandalan,kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta karakteristik lainnya (Septiyani & Sarah, 2024). Keragaman produk adalah hal lain yang dapat berdampak pada keputusan pembelian.

Menurut Kottler & Keller (2016) berpendapat keragaman produk didefinisikan sebagai tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian

dengan keselarasan keinginan dan ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi oleh pelanggan yang dibuat oleh suatu perusahaan.(Nihayah & Rosyidi, 2024)

Dalam konteks ini, kualitas produk dan keberagaman produk menjadi dua faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang pelanggan. Kualitas produk mencakup aspek-aspek seperti keawetan, ketersediaan, kebersihan, dan kualitas bahan. Keberagaman produk, di sisi lain, mencakup variasi produk yang ditawarkan oleh toko, termasuk berbagai merek, gaya, ukuran, dan jenis barang.

Namun, meskipun penting, sedikit penelitian yang telah dilakukan untuk menyelidiki pengaruh kualitas produk dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan dalam konteks *thrifitng*, terutama di Toko Comporbed Bekasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ulang pelanggan dalam konteks *thrifitng* di Toko Comporbed Bekasi.

Dengan memahami pengaruh kualitas produk dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan, Toko Comporbed Bekasi dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mempertahankan pangsa pasar mereka di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan yang berharga bagi

peneliti dan praktisi di bidang pemasaran serta konsumen yang tertarik dengan gaya hidup *thrifitng*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang *thrifitng* pada toko comporbed Bekasi ?
2. Apakah keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang *thrifitng* pada toko comporbed Bekasi ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko comporbed Bekasi ?
4. Apakah keberagaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko comporbed Bekasi ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang *thrifitng* pada toko comporbed Bekasi ?
6. Apakah kualitas produk dan keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang *thrifitng* melalui kepuasan pelanggan pada toko comporbed Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang *thrifitng* pada toko comporbed Bekasi
2. Untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian ulang *thrifitng* pada toko comporbed Bekasi

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko comporbed Bekasi
4. Untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko comporbed bekasi
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang *thrifiting* pada toko comporbed Bekasi
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang *thrifiting* melalui kepuasan pelanggan pada toko comporbed Bekasi

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting pada pengetahuan di bidang kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian dapat memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis kepada manajer dan pemilik Toko Comportbed Bekasi, serta pelaku bisnis serupa, mengenai pentingnya fokus pada kualitas produk dan keberagaman produk dalam rangka meningkatkan

kepuasan pelanggan dan mendorong keputusan pembelian ulang. Rekomendasi ini dapat membantu mereka mengoptimalkan strategi pemasaran dan pengembangan produk untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai proposal penelitian ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam lima bab yang secara garis besar disusun sebagai berikut :

- BAB I : Pendahuluan**
Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.
- BAB II : Tinjauan Pustaka**
Bab ini terdiri dari landasan teori yang menguraikan teori-teori yang digunakan sebagai tujuan atau landasan dalam menganalisis batasan masalah yang telah dikemukakan kemudian kerangka berpikir dan hipotesis.
- BAB III : Metodologi penelitian**
Bab ini berisikan desain penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, model konseptual penelitian, operasional variable, populasi, sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Analisi dan pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang inti dalam penelitian yaitu hasil penelitian yang berkaitan dengan judul yang diambil oleh peneliti.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran terhadap peneliti yang dilakukan.

