

Fenomena Thrifting Fashion di Era Milenial (Studi Kasus Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika)

Sintiani¹, Eka Wahyu Fandi², Elsa Dian³

^{1,2,3} Ekonomi Pembangunan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history: Received Nov 30, 2024 Revised Des 10, 2024 Accepted Des 20, 2024	This study aims to analyze the influence of Price, Quality, Environment, and Motivation variables on the interest of STIE Jambatan Bulan students in participating in thrifting fashion practices. The method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis. Data were collected by distributing questionnaires to 50 respondents who were students involved in thrifting practices. The results showed that the Price and Motivation variables had a significant influence on student interest, where more affordable prices and high levels of motivation contributed positively to their decision to choose thrifting. On the other hand, the Quality and Environment variables did not show a significant influence on student interest. These findings provide important insights for thrifting business actors to focus more on competitive pricing strategies and motivational promotions to increase consumer interest. This study also contributes to the understanding of the factors that influence the interest of the younger generation in thrifting fashion practices.
Keywords: Student Interest, Thrifting Fashion, Price, Quality, Environment, Motivation	

This is an open access article under theCC BY-NClicense.



Corresponding Author:

Sintiani
Ekonomi Pembangunan,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan, Indonesia
Email: sintianisinta918@gmail.com

1. INTRODUCTION

Fenomena thrifting fashion telah menjadi salah satu tren yang semakin berkembang di kalangan anak muda Indonesia. Praktik membeli pakaian bekas dengan harga terjangkau ini tidak hanya mencerminkan perubahan dalam gaya berpakaian, tetapi juga memberikan gambaran lebih luas mengenai dinamika sosial dan ekonomi yang ada. Thrifting, yang berarti hemat dalam pengeluaran, kini banyak dipilih oleh anak muda sebagai alternatif untuk tetap bergaya namun dengan anggaran yang lebih efisien. Di era digital ini, thrifting semakin populer dengan hadirnya media sosial yang memberikan ruang bagi penggunanya untuk berbagi ide, berburu barang unik, serta mengekspresikan kreativitas melalui fashion.

Barang bekas, khususnya pakaian adalah salah satu pilihan yang paling sering digunakan di lingkungan sekitar, terutama di kalangan remaja. Persepsi orang tentang pakaian bekas terus berubah akibat persaingan kualitas. Segmentasi pasar yang diberikan oleh penjual pakaian bekas yang setara dengan pengecer yang menjual barang baru. Industri fashion berkembang memang berkembang pesat, seperti halnya teknologi komunikasi dan ekonomi. Nilai pakaian ditransfer ke orang yang memakainya. Dalam penelitian yang lain di temukan bahwa Fashion adalah bentuk komunikasi non-verbal dan menunjukkan identitas pemakainya pada era modern, terutama di tempat kerja. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Jakarta menyukai fashion sebagai sarana ekspresi dan identifikasi. Pakaian memiliki peran besar dalam kesan awal dan bagaimana orang lain

melihatnya. Identitas yang dibangun oleh informan termasuk identitas seorang wanita yang anggun, identitas seorang penggemar K-pop, atau identitas yang menyukai barang vintage dan vintage (Nurapriyanti & Hartono, 2023).

Fenomena belanja pakaian bekas atau yang biasa disebut dengan istilah Thrifting sedang tren di banyak negara, termasuk Indonesia. Terbukti dengan semakin banyaknya impor pakaian baju bekas masuk ke Indonesia (Hidayah et al., 2024). Bisnis pakaian bekas telah menjadi mata pencaharian banyak kalangan, mulai dari tukang kayu, pemilik toko, hingga pemilik kios. Perubahan korporasi yang terjadi justru membantu menyelesaikan permasalahan perekonomian lokal tanpa harus menunggu intervensi pemerintah. Salah satunya adalah penjualan monza atau biasa disebut dengan baju bekas impor, kegiatan ini dapat menjadi pelumas perekonomian daerah karena mempunyai kemampuan untuk menggerakkan roda perekonomian (Sitohang et al., 2024).

Saat ini, para remaja dalam menentukan gaya berpakaian seolah ingin tampil fashionable atau kekinian, dikarenakan pengaruh dari perkembangan zaman. Mereka merasa sangat perlu untuk mengikuti tren yang ada agar tidak merasa ketinggalan zaman, hal ini lah yang menyebabkan mereka memilih untuk membeli pakaian bekas agar terlihat keren, tetapi tidak mengeluarkan biaya yang mahal (Nadhila et al., 2023).

Fenomena Thrifting atau membeli barang bekas, khususnya pakaian, telah menjadi tren besar di Indonesia, terutama di kalangan Generasi Z. Thrifting diminati karena alasan lingkungan dan keinginan berhemat, dengan 67% dari Generasi Milenial dan Generasi Z membeli pakaian bekas (Sarwindaningrum, 2024). Survei Goodstats menunjukkan 49,4% anak muda Indonesia pernah membeli fashion bekas, 34,5% belum mencoba, dan 16,1% tidak tertarik mencoba Thrifting (Julia et al., 2024).

Trend thrift shopping menjadi sangat menarik khususnya bagi pecinta fashion. Mereka mampu memperoleh pakaian yang unik, bermerek, dan berkualitas. Selain itu, kegiatan tersebut tidak hanya sekadar membeli barang bekas tetapi memiliki sensasi tersendiri ketika berhasil memperoleh barang yang bagus dan bahkan langka dengan harga yang terhitung murah. Hal ini menjadi faktor pendorong bagi remaja untuk melakukan thrifting agar tetap dapat mengikuti trend fashion. Saat ini masyarakat Indonesia sangat menggemari trend ini karena berbagai faktor. Melansir dari Kompasiana (10 Maret 2023) mengungkapkan faktor penyebab banyaknya masyarakat Indonesia yang melakukan thrifting antara lain: harga yang murah, barang bekas yang masih layak pakai, dan produk trend yang menjadi incaran para remaja milenial (Syarefa & Bakhitah, 2024).

Di Kabupaten Mimika, thrifting semakin mendapat tempat di hati masyarakat muda, khususnya mahasiswa STIE Jambatan Bulan. Banyak di antara mereka yang selain kuliah, juga bekerja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Bagi mereka, thrifting merupakan solusi praktis yang tidak hanya membantu mengelola keuangan yang terbatas, tetapi juga memungkinkan mereka tetap tampil stylish. Dengan berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi dari pendapatan yang tidak selalu besar, membeli pakaian baru dari brand ternama atau mengikuti tren fashion yang cepat berubah menjadi hal yang sulit dipenuhi. Oleh karena itu, thrifting menjadi pilihan menarik yang memberikan banyak keuntungan, baik dari segi ekonomi maupun gaya hidup.

Selain faktor ekonomi, semakin banyak mahasiswa yang juga menyadari pentingnya keberlanjutan lingkungan. Aktivitas fast fashion yang merusak lingkungan dengan produksi massal dan pemborosan bahan baku menjadi perhatian bagi generasi muda. Di tengah kesadaran ini, thrifting hadir sebagai pilihan yang tidak hanya lebih hemat, tetapi juga lebih ramah lingkungan. Dengan membeli pakaian bekas, mereka turut berkontribusi pada pengurangan sampah tekstil, serta mendukung daur ulang dan penggunaan kembali barang-barang yang masih layak pakai. Ini menjadi bentuk tindakan yang lebih sadar akan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari gaya hidup konsumtif yang berlebihan.

Thrifting memberi peluang bagi mahasiswa untuk menemukan pakaian berkualitas dengan harga yang jauh lebih terjangkau. Pakaian-pakaian tersebut bisa berupa barang dari merek-merek terkenal, atau bahkan item-item dengan desain langka yang tidak ditemukan di pasaran. Hal ini sangat penting bagi mereka yang selain kuliah, juga bekerja paruh waktu untuk mengimbangi kebutuhan ekonomi mereka. Dalam kegiatan thrifting, mahasiswa tidak hanya menghemat uang, tetapi juga bisa memperoleh barang-barang yang memiliki kualitas tinggi tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Bahkan, sebagian mahasiswa yang bekerja di sektor ritel atau usaha kecil, dapat menggunakan pakaian hasil thrifting sebagai bagian dari pakaian kerja yang tetap modis dan

profesional. Melalui penelitian ini, akan dianalisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa STIE Jambatan Bulan terhadap praktik thrifting fashion.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa STIE Jambatan Bulan terhadap praktik thrifting fashion. Variabel yang diteliti meliputi harga, kualitas, lingkungan, dan motivasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Jambatan Bulan yang terlibat dalam praktik thrifting fashion. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih mahasiswa yang secara aktif terlibat dalam kegiatan thrifting. Jumlah sampel yang diambil adalah 50 responden, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih. Instrumen yang digunakan adalah daftar kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan informasi relevan dari responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis linear berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Dimana :

Y : Minat Mahasiswa

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X1 : Harga

X2 : Kualitas

X3 : Lingkungan

X4 : Motivasi

ε : Standar error

3. RESULTS AND DISCUSSIONS

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas mengacu pada sejauh mana instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur, sementara uji reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil yang diperoleh dari instrumen tersebut. Dalam penelitian ini, validitas diuji melalui teknik analisis faktor konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis) yang bertujuan untuk mengkonfirmasi struktur faktor dari instrumen yang digunakan. Nilai r-tabel untuk 50 responden dengan signifikansi 5% adalah 0,279. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai r-hitung diatas 0,279, yang mengindikasikan bahwa setiap item valid. Untuk uji reliabilitas, digunakan metode Cronbach's Alpha yang bertujuan untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen. Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,785 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang baik, karena nilai ini berada di atas ambang batas 0,60 yang umum diterima dalam penelitian sosial. Interpretasi dari hasil ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya untuk analisis lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu pengujian yang dipergunakan agar dapat diketahui apakah angka residual berdistribusi normal atau tidak. Dalam memutuskan ketika uji normalitas data yaitu jika tingkat signifikan > 0,05 maka perhitungan residual berdistribusi normal, dan apabila tingkat signifikan < 0,05 bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas dengan aplikasi SPSS:

**Tabel 1. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Test Statistic	.123
Asymp. Sig. (2-tailed)	.055 ^c

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig yaitu sebesar 0,055 dimana nilai signifikansinya > 0,05 artinya berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk memeriksa apakah model memiliki kesamaan varians. Model regresi yang memiliki kesamaan varians (Homokedastisitas) dan bukan yang beragam (Heteroskedastisitas) adalah model yang baik. Saat menggunakan metode grafik untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas, plot observasi yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 menunjukkan bahwa mereka bebas dari uji heteroskedastisitas.

Gambar 1. Scatterplot



Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Dari hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa pola sebaran plot tidak teratur serta tersebar di kedua sisi angka 0. Dapat diputuskan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan sebuah pengujian dengan tujuan untuk memastikan apabila terdapat interkolerasi antar variabel independent. Metode yang digunakan adalah kalau angka Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 artinya tidak adanya masalah multikolinearitas. Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas dengan bantuan SPSS:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas
Coefficient

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Harga (X1)	.746	1.341
Kualitas (X2)	.692	1.444
Lingkungan (X3)	.834	1.199
Motivasi (X4)	.571	1.751

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini yaitu nilai tolerance X1 sebesar 0,746 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,341 < 10 yang artinya bebas dari masalah multikolinearitas. Nilai tolerance X2 sebesar 0,692 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,444 < 10 yang artinya bebas dari masalah multikolinearitas. Nilai tolerance X3 sebesar 0,834 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,199 < 10 yang artinya bebas dari masalah multikolinearitas. Nilai tolerance X4 sebesar 0,571 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,751 < 10 yang artinya bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul

karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Nilai statistik Durbin-Watson dapat digunakan untuk mengidentifikasi autokorelasi. Jika nilai $(4-DW) > DU < DW$, maka autokorelasi tidak ada.

Tabel 3. Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
	1.779

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa memperlihatkan angka Durbin-Watson sebesar 1,779. Nilai Durbin Watson tabel untuk 4 Variabel Independen dengan 50 jumlah observasi adalah 1,779. Maka $(4-1,779) > 1,721 < 1,779$ yang artinya data bebas dari uji autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pengukuran pada variable pengeluaran pemerintah (X1) dan investasi (X2) terhadap tingkat pengangguran (Y) di Kabupaten Mimika. Berikut hasil pengujian regresi linear berganda:

Tabel 4. Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-115.554	2.252		-51.316	.000
	Harga	-.587	.168	-.027	-3.491	.001
	Kualitas	.165	.144	.009	1.145	.258
	Lingkungan	-.303	.173	-.013	-1.756	.086
	Motivasi	22.394	.197	1.011	113.922	.000

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Hasil analisis regresi yang diperoleh dapat disusun berdasarkan analisisnya yaitu:

$$Y = -115,554 + -0,587 + 0,165 + -0,303 + 22,394$$

Dari persamaan di atas maka dapat diinterpretasikan yaitu jika variabel X1 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel X2, X3, dan X4 tetap, Y diperkirakan akan menurun sebesar 0,587 satuan. Sebaliknya, jika variabel X2 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel X1, X3, dan X4 tetap, Y diperkirakan akan meningkat sebesar 0,165 satuan. Jika variabel X3 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel X1, X2, dan X4 tetap, Y diperkirakan akan menurun sebesar 0,303 satuan. Jika variabel X4 mengalami kenaikan satu satuan dan variabel X1, X2, dan X3 tetap, Y diperkirakan akan meningkat sebesar 22,394.

Uji Ketepatan Model

Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat secara simultan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F dengan bantuan SPSS sebagai berikut:

Tabel 5. ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39982.891	4	9995.723	5545.683	.000 ^b
	Residual	81.109	45	1.802		
	Total	40064.000	49			

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikan F sebesar 0,000. Dimana sig F < 0,10, dengan demikian membuktikan bahwa secara simultan variabel terhadap variabel harga, kualitas, lingkungan dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa.

Uji t

Uji t dilakukan agar melihat pengaruh individual variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana jika angka signifikan variabel independen lebih kecil dari nilai α (alpha) yaitu ada pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil uji t:

Tabel 6. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-115.554	2.252		-51.316	.000
	Harga	-.587	.168	-.027	-3.491	.001
	Kualitas	.165	.144	.009	1.145	.258
	Lingkungan	-.303	.173	-.013	-1.756	.086
	Motivasi	22.394	.197	1.011	113.922	.000

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil analisis, Harga (X1) memiliki koefisien -0,587 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat mahasiswa (Y). Kualitas (X2) memiliki koefisien 0,165 dan nilai signifikansi $0,258 > 0,05$, menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat mahasiswa (Y). Lingkungan (X3) memiliki koefisien -0,303 dengan nilai signifikansi $0,086 > 0,05$, menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa (Y). Motivasi (X4) memiliki koefisien 22,394 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap (Y).

Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tabel 7. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999 ^a	.998	.998	1.34255

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2024

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,998 artinya sumbangan Harga (X1), Kualitas (X2), Lingkungan (X3) dan Motivasi (X4) terhadap Minat Mahasiswa (Y) sebanyak 99,8%, dan 0,2% terpengaruh dari variabel lain.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Minat Mahasiswa

Harga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk melakukan praktik thrifting. Ini berarti bahwa semakin tinggi harga pakaian bekas yang dijual, semakin rendah minat mahasiswa untuk memilih thrifting sebagai alternatif berbelanja. Hasil ini menunjukkan bahwa harga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan mahasiswa untuk berpartisipasi dalam thrifting. Mahasiswa cenderung memilih thrifting karena pakaian bekas yang dijual biasanya lebih terjangkau dibandingkan dengan membeli pakaian baru. Oleh karena itu, harga yang lebih tinggi dapat menurunkan minat mahasiswa dalam memilih thrifting, karena mereka mungkin mencari alternatif lain yang lebih ekonomis. Dengan kata lain, faktor harga yang lebih murah menjadi pendorong utama bagi mahasiswa untuk memilih thrifting sebagai pilihan berbelanja.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Firdaus et al., 2023) yang mengatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli.

Pengaruh Kualitas terhadap Minat Mahasiswa

Kualitas menunjukkan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa terhadap thrifting. Meskipun kualitas pakaian bekas sering kali dianggap lebih rendah daripada pakaian baru, dalam penelitian ini mahasiswa tampaknya tidak terlalu mempertimbangkan faktor kualitas ketika memilih untuk terlibat dalam thrifting. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa mahasiswa lebih fokus pada harga yang lebih terjangkau dan gaya pakaian yang unik atau sesuai dengan preferensi mereka. Meskipun beberapa mahasiswa peduli terhadap kualitas, faktor harga dan motivasi pribadi lebih dominan dalam pengambilan keputusan. Ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas menjadi

pertimbangan, ia tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan mahasiswa untuk memilih thrifting sebagai alternatif berbelanja pakaian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Qalbi & Hartini, 2023) yang mengatakan bahwa kualitas memiliki pengaruh terhadap minat pada pembelian barang thrifting.

Pengaruh Lingkungan terhadap Minat Mahasiswa

Lingkungan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa terhadap thrifting. Meskipun ada kesadaran yang semakin berkembang mengenai dampak negatif dari industri fast fashion terhadap lingkungan, dalam konteks penelitian ini, faktor lingkungan tampaknya tidak cukup memengaruhi keputusan mahasiswa untuk memilih thrifting. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa lebih sadar akan isu-isu lingkungan, faktor-faktor lain seperti harga yang terjangkau dan motivasi pribadi dalam memilih pakaian masih lebih dominan dalam keputusan mereka. Meskipun demikian, kesadaran lingkungan ini mungkin menjadi faktor yang berperan dalam pilihan mereka, namun tidak cukup kuat untuk memengaruhi minat mereka secara signifikan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan & Budiana, 2015) yang mengatakan kelompok atau teman sebaya yang berada di lingkungan sekitar yang aktif dalam membeli produk thrifting dapat memotivasi mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pembelian produk thrifting.

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Mahasiswa

Motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa terhadap praktik thrifting. Semakin tinggi tingkat motivasi mahasiswa, semakin besar minat mereka untuk melakukan thrifting. Motivasi dalam hal ini mencakup keinginan untuk tampil modis, unik, dan kreatif dengan pakaian yang berbeda dari yang biasa dikenakan. Motivasi pribadi ini sangat penting bagi mahasiswa dalam memilih thrifting, karena mereka melihat thrifting bukan hanya sebagai cara untuk berhemat, tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan identitas dan gaya pribadi mereka. Pakaian bekas yang dapat ditemukan di tempat-tempat thrifting sering kali dianggap sebagai cara untuk tampil beda, mengikuti tren fashion yang sedang berkembang, atau bahkan sebagai bentuk ekspresi diri yang lebih kreatif. Motivasi untuk menemukan pakaian yang unik dan berbeda dari yang biasa tersedia di toko-toko pakaian baru mendorong mahasiswa untuk lebih tertarik pada praktik thrifting. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadila et al., 2023) yang mengatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat pembelian produk thrifting.

4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berpartisipasi dalam praktik thrifting fashion. Harga yang lebih terjangkau menjadi faktor pendorong utama bagi mahasiswa untuk memilih thrifting sebagai alternatif berbelanja pakaian, sementara motivasi pribadi yang tinggi, seperti keinginan untuk tampil unik dan mengikuti tren fashion, juga mempengaruhi minat mereka secara positif. Di sisi lain, variabel Kualitas dan Lingkungan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa. Meskipun kesadaran lingkungan dan kualitas pakaian bekas menjadi pertimbangan, faktor harga dan motivasi pribadi jauh lebih dominan dalam menentukan keputusan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas thrifting.

REFERENCES

- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita Jaya, J., & Timur, J. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291. <https://doi.org/10.55606/lencana.v1i3.1836>
- Firdaus, M., Shidiqy, H. A., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Harga Dan Citra Merk Terhadap Minat Beli Thrifting Shop Di Kalangan Mahasiswa Aktif Jurusan Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 66–73.
- Hidayah, F., Maya, H., Sari, K., Hariasih, M., Kunci, K., Konsumen, P., Bekas, P., & Produk, K. (2024). Niat Terhadap Pakaian Bekas Impor di Sidoarjo Sebuah Studi Konsumen. *INTERACTION: Communication Studies Journal*, 1, 204–220. <https://doi.org/>
- Julia, S. R., Zunaedi, R. A., & Putra, P. S. (2024). Analisis persepsi Generasi Z terhadap pembelian pakaian bekas pada sosial media di Indonesia. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 157–174.

- <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.938>
- Nadhila, S., Muzhirah, M., Sajali, H., & Andinata, M. (2023). Eksistensi Diri Remaja Dalam Penggunaan Pakaian Bekas (Studi Kasus Pada Konsumen Thrifting Pajak Melati Medan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 2436–2446.
- Nurapriyanti, T., & Hartono, F. C. (2023). Pemaknaan Fashion Thrift sebagai Komunikasi. *JBSI: Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(01), 112–128. <https://doi.org/10.47709/jbsi.v3i01.2772>
- Qalbi, N., & Hartini. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Pakaian Bekas (Trifting) di Daerah Sumbawa. *Journal of Nusantara Economic Science (JNES)*, 1(4), 1–7. <https://www.bps.go.id/exim>
- Setiawan, G. B. K. P., & Budiana, D. N. (2015). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Pembangunan merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan bangsa dan pertumbuhan ekonom. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 4(10), 1276–1303.
- Sitohang, G. S., Situmorang, F., Irsyad, F. R., & Purba, B. (2024). Analisis Pengaruh Pakaian Thrifting dan Foreign Branding Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 304–310. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1913>
- Syarefa, A., & Bakhitah, L. R. (2024). ADAPTASI : Jurnal Sosial Humaniora Dan Keagamaan. *Adaptasi : Jurnal Sosial Humaniora Dan Keagamaan*, 1(1), 67–87.