

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *THRIFTING* DI
@Garage.sale_jkt**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



Disusun Oleh:

Alvia Fridyan Murdena

1201003137

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alvia Fridyan Murdena

NIM : 1201003137

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Alvia' followed by a stylized flourish.

16 Juli 2024

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

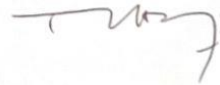
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alvia Fridyan Murdena
NIM : 1201003137
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen
Dalam Pembelian *Thrifting* di @Garage.sale_jkt

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

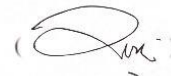
Pembimbing : Suharyanti, Dra., M.S.M.



Penguji I : Dr. Hany Nurahmawati S.Ikom, M.Ikom



Penguji II : Gayatri Utami, S.Sos, M.Si



Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 29 Juli 2024

KATA PENGANTAR

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “**Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam pembelian *Thrifitng di @Garage.sale_jkt***” dengan baik serta tepat waktu. Selain itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan maka dari itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun baik untuk peneliti maupun pada pembaca. Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah hal yang sangat baru dan tidak akan bisa berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu peneliti ingin megucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Peneliti ucapkan puji dan syukur penilis panjatkan sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan nikmat sehat jasmani dan Rohani kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyusun tugas akhir ini dengan lancar.

2. Orang Tua dan Keluarga

Terima kasih kepada Papa, Mama, Kakak Lya, Kakak Olyl, dan Kakak Seville, yang selalu memberikan dukungan serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini, terima kasih sudah mendoakan peneliti agar dipermuda dalam Menyusun skripsi.

3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

Saya sampaikan terima kasih kepada Ibu Yanti selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu meluangkan waktu dan membantu peneliti selama menyelesaikan skripsi ini dengan memeberikan kritik dan saran yang membangun selama penyusunan hingga akhrit penulisan skripsi ini.

4. Dr. Hany Nurahmawati S.Ikom, M.Ikom

Terima kasih kepada Miss Hany selaku dosen penguji sejak seminar proposal hingga sidang tugas akhir yang telah membantu dan memudahkan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Pada

penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari masukan dan saran yang membangun sehingga peneliti mendapatkan *insight* baru.

5. Gayatri Utami, S.Sos, M.Si

Terima kasih Miss Gayatri selaku pembahas dalam penelitian ini yang telah memberikan banyak masukan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik.

6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh dosen dan staff Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu dan memberikan pelajaran secara akademik maupun non-akademik yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

7. Bapak Sakti Frastiansyah S.I.Kom dan Konsumen @Garage.sale_jkt

Terima kasih kepada Bapak Sakti yang telah bersedia menjadi Triangulator dalam penelitian ini. Lalu, terima kasih kepada para konsumen @Garage.sale_jkt, Kak Indah, Kak Gultom, Kak Seville, Kak Okta, dan Kak Salma yang sudah bersedia menjadi informan yang sudah meluangkan waktu untuk berbagi informasi bersama.

8. Irvan Aristo Morris Putra Simanjorang

Terima kasih kepada Irvan yang sudah menjadi tempat keluh kesah maupun senang penulis. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Pejuang Skripsi

Terima kasih kepada Novelia, Adinda, Orpa, Najwa, Zara, Caca, Dwight, Aidil, Raykhaan, dan Kharis untuk semua dukungan untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kalian dan bantuan kalian supaya peneliti tidak mudah menyerah yang membuat peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat Penulis

Terima kasih kepada Viola, Juwita, Dijah, dan Eka selaku sahabat penulis yang sudah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Alvia Fridyan Murdena

Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan yang tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Demikian ungkapan terima kasih yang peneliti berikan kepada semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga setiap ilmu yang disampaikan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Jakarta, 16 Juli 2024



Alvia Fridyan Murdena

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvia Fridyan Murdena

NIM : 1201003137

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS PROSES PENGEMBIAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *THRIFTING* DI @GARAGE.SALE_JKT”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Juli 2024

Yang menyatakan



Alvia Fridyan Murdena

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN *THRIFTING* DI @GARAGE.SALE_JKT**

Alvia Fridyan Murdena

ABSTRAK

Thrifting diambil dari kata *thrift* yang berarti barang bekas. *Thrift* merupakan barang bekas yang sudah tidak terpakai namun masih memiliki nilai dan kondisi barang masih layak untuk dipakai dan layak jual. Indonesia merupakan salah satu negara yang perkembangan *fashion*nya tidak luput dari pengaruh budaya luar. Penggunaan *fashion* dengan harga mahal membuat sebagian orang merasa tidak cukup mampu untuk mengikuti tren *fashion*. Dengan menggunakan *thrifting* sebagai alternatif pembelian produk, membuat anak muda dan masyarakat untuk bisa mendapatkan barang *fashion* dengan kualitas bagus dengan harga murah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian *thrifting*. Penelitian ini menggunakan Metode studi kasus eksplanatif yang menjelaskan kasus dari teori atau konsep *Cognitive Decision-Making* dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen dari Clow and Baack yang berfokus pada *Cognitive Decision-Making* yang menggunakan dimensi (1) *Problem Recognition*, di mana konsumen menyadari kebutuhan atau keinginan untuk membeli produk; (2) *Information Search*, yang dilakukan melalui media sosial, ulasan konsumen, dan rekomendasi teman; (3) *Evaluation Alternatives*, di mana konsumen membandingkan produk dan harga yang ditawarkan; (4) *Purchase Decision*, di mana konsumen memutuskan untuk membeli produk tertentu; (5) *Postpurchase Evaluation* yang mencakup kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang dibeli serta niat untuk melakukan pembelian ulang. Namun penggunaan *thrifting* hingga saat ini menjadi gaya hidup dan alternatif anak muda dalam mengikuti tren *fashion* karena mendapatkan barang dengan kualitas bagus harga rendah.

Kata Kunci : Pengambilan Keputusan Pembelian, Gaya Hidup, *Thrift Behavior*, *Thrifting*.

**ANALYSIS OF THE CONSUMER DECISION-MAKING PROCESS IN
PURCHASING THRIFTING AT @GARAGE.SALE_JKT**

Alvia Fridyan Murdena

ABSTRACT

Thrifting is taken from the word thrif which means used goods. Thrif is used goods that are no longer used but still have value and the condition of the goods is still suitable for use and worth selling. Indonesia is one of the countries whose fashion development does not escape the influence of outside culture. The use of fashion with expensive prices makes some people feel that they are not capable enough to follow fashion trends. By using thrifting as an alternative to purchasing products, it allows young people and the community to be able to get good quality fashion items at low prices. This study aims to determine how the consumer decision-making process in purchasing thrifting. This research uses an explanatory case study method that explains cases from the theory or concept of Cognitive Decision-Making with a qualitative approach. This study uses the theory of consumer behavior from Clow and Baack which focuses on Cognitive Decision-Making which uses the dimensions (1) Problem Recognition, where consumers realize the need or desire to buy a product; (2) Information Search, which is carried out through social media, consumer reviews, and friend recommendations; (3) Evaluation Alternatives, where consumers compare the products and prices offered; (4) Purchase Decision, where consumers decide to buy a particular product; (5) Postpurchase Evaluation which includes consumer satisfaction or dissatisfaction with the product purchased and the intention to make repeat purchases. However, the use of thrifting has become a lifestyle and alternative for young people in following fashion trends because they get goods with good quality at low prices.

Keyword : *Purchase Decision Making, Lifestyle, Thrift Behavior, Thrifting.*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Konsep yang Relevan	8
2.1.1 <i>Thrift Behavior</i>	8
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	9
2.1.3 Tren di Lingkungan Pembelian Konsumen	13
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	14
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Dan Pendekatan	21
3.2 Objek dan Subjek.....	22
3.2.1 Objek Penelitian	22
3.2.2 Subjek Penelitian	22
3.3 Pengumpulan Data.....	23
3.4 Analisis Data.....	24
3.5 Triangulasi Data.....	25
3.6 Operasionalisasi Isu/Konsep.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	29
4.1.1 Objek penelitian.....	29
4.1.2 Subjek Penelitian	29
4.2 Penyajian Data	34

4.2.1 Proses Pengambilan keputusan Konsumen Dalam Pembelian <i>Thriftling</i> di @Garage.sale_jkt	34
4.2.2 Tren di Lingkungan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian <i>Thriftling</i> di @Garage.sale_jkt	57
4.3 Pembahasan dan Disukusi	62
4.3.1 Pembahasan: Proses Pengambilan Keputusan dengan menggunakan teori <i>Cognitive Decision Making</i> pada aktivitas <i>thriftling</i> di @Garage.sale_jkt	62
4.3.2 Diskusi Teoritik: <i>Thriftling</i> sebagai gaya hidup baru yang melibatkan proses pengambilan keputusan	70
4.3.3 Diskusi Teoritik: <i>Thriftling</i> sebagai solusi atas kebutuhan pakaian yang berkualitas dengan harga yang terjangkau	72
4.3.4 Diskusi Teoritik: <i>Multiattribute</i> sebagai komponen atau metode penting pada proses pengambilan keputusan dalam konteks <i>thriftling</i> ..	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Kendala dan Keterbatasan	78
5.3 Saran dan Implikasi	78
5.3.1 Saran Akademis	78
5.3.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya.....	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Masyarakat Indonesia Pernah Melakukan Thrifting	3
Gambar 1.2 Logo @Garage.sale_jkt di Instagram 2024.....	5
Gambar 1.3 Tampilan Instagram @Garage.sale_jkt.....	5
Gambar 1.4 Event @Garage.sale_jkt.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4. 1 Indah, 24 Tahun.....	30
Gambar 4. 2 Gultom, 20 Tahun	31
Gambar 4. 3 Seville, 23 Tahun	31
Gambar 4. 4 Okta, 21 Tahun.....	32
Gambar 4. 5 Salma, 25 Tahun.....	33
Gambar 4. 6 Sakti Frastiansyah S.Ikom, 34 Tahun.....	33
Gambar 4. 7 Pasar Baru	41
Gambar 4. 8 Metode Evaluasi Alternatif	53
Gambar 4. 9 Diagram Pembahasan dan Diskusi Teoritik	63