

**PENGARUH *SHOPPING ENJOYMENT*, *BRAND OF FASHION*,
PRICE, DAN *QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
SECOND HAND FASHION
(STUDI KASUS PADA GEN Z DI JABODETABEK).**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

BAWERAVITA ZARIKURNIA SALSABILA
00000032063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PENGARUH SHOPPING ENJOYMENT, BRAND OF FASHION,
PRICE, DAN QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION
SECOND HAND FASHION
(STUDI KASUS PADA GEN Z DI JABODETABEK).**



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

BAWERAVITA ZARIKURNIA SALSABILA

00000032063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

i

Pengaruh Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price, dan Quality terhadap Purchase Intention Second Hand Fashion (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek , Baweravita Zarikurnia Salsabila, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Baweravita Zarikurnia Salsabila

Nomor Induk Mahasiswa : **00000032063**

Program studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh *Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price* dan *Quality* terhadap *Purchase Intention Second Hand Fashion*. (Studi kasus pada Gen Z di Jabodetabek).

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Baweravita Zarikurnia Salsabila)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price* dan *Quality* terhadap *Purchase Intention Second Hand Fashion*. (Studi kasus pada Gen Z di Jabodetabek).

Oleh

Nama : Baweravita Zarikurnia Salsabila
NIM : 00000032063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Juni 2022

Pembimbing


Arum Silviani, A.Md., S.E.,
M.S.M._L00761

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP.

iii

Pengaruh Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price, dan Quality terhadap Purchase Intention Second Hand Fashion (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek , Baweravita Zarikurnia Salsabila, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price* dan *Quality* terhadap *Purchase Intention Second Hand Fashion*. (Studi kasus pada Gen Z di Jabodetabek).

Oleh

Nama : Baweravita Zarikurnia Salsabila
NIM : 00000032063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Sabtu, 25 Juni 2022
Pukul 08.00 s.d 09.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

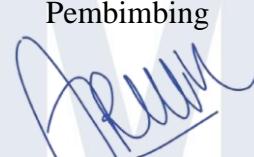

Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc
NIDN: 0320089001

Penguji

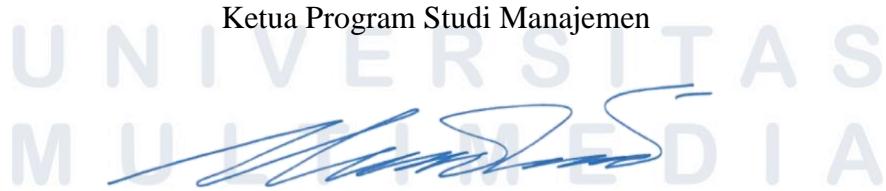


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
NIDN:0323047801

Pembimbing


Arum Silviani, A.Md., S.E., M.S.M.
L00761

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M.,
CSCP.

iv

Pengaruh Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price, dan Quality terhadap Purchase Intention Second Hand Fashion (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek , Baweravita Zarikurnia Salsabila, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baweravita Zarikurnia Salsabila
NIM : 00000032063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh *Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price* dan *Quality* terhadap *Purchase Intention Second Hand Fashion*. (Studi kasus pada Gen Z di Jabodetabek).”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Juni 2022

Yang menyatakan,



(Baweravita Zarikurnia Salsabila)

v

Pengaruh Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price, dan Quality terhadap Purchase Intention Second Hand Fashion (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek, Baweravita Zarikurnia Salsabila, Universitas Multimedia Nusantara

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya dan Karunia-Nya karena dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "*Pengaruh Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, price dan quality terhadap purchase intention second hand fashion (studi kasus pada gen Z di Jabodetabek)*." dengan tepat waktu. Tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Pendidikan S1 Program Studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam melakukan penelitian ini penulis tidak lepas dari bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah membantu serta mendukung penulis dalam membantu melakukan penelitian hingga penulisan tugas akhir skripsi ini.

Ucapan terima kasih ditujukan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan jalan sehingga penulis dapat menjalankan dan menyelesaikan segala hal hingga saat ini.
2. Dr. Mohammad Annas S.Tr. Par, MM, CSCP, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Arum Silviani, A.Md., S.E., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan tugas akhir skripsi ini.
4. Bunda dan Ayah yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir skripsi ini.
5. Jody Arya yang sudah memberikan dukungan semangat dan mengingatkan penulis untuk mengerjakan laporan tugas akhir skripsi.

6. Sahabat – sahabat penulis Syafa, Opin, Fia, Rani, Audi, Syilla, dan Angga yang sudah membantu dan memberikan hiburan agar penulis semangat dalam mengerjakan laporan tugas akhir skripsi ini.

Akhir kalimat penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang sudah mendukung serta membantu penulis dalam menjalankan praktek kerja magang ini. Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir skripsi ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan, untuk itu penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Baweravita Zarikurnia Salsabila)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAK

Saat ini industri *fashion* sangat mengalami perkembangan yang cepat. Mulai dari *fast fashion* hingga tren pakaian bekas. Di Indonesia, khususnya pada generasi Z pembelian pakaian bekas meningkat akibat pandemic dan banyaknya influencer yang menggunakan pakaian bekas tersebut. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti apa yang membuat konsumen tertarik untuk membeli pakaian bekas (*thrifting*). Apakah *shopping enjoyment, brand of fashion, price* dan *quality* berpengaruh terhadap *purchase intention*. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal apa yang membuat konsumen tertarik untuk membeli pakaian bekas. Model penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan pengukuran sampel terhadap 164 responden. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *shopping enjoyment, brand of fashion, price* dan *quality* berpengaruh terhadap *purchase intention*. Oleh karena itu peneliti menyarankan peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel yang relevan dengan topik ini.

Kata kunci: *fashion, thrifting, pakaian bekas, shopping enjoyment, price, quality, brand of fashion, purchase intention.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT (English)

Currently the fashion industry is experiencing rapid development. Starting from fast fashion to used clothing trends. In Indonesia, especially in Generation Z, the purchase of used clothes has increased due to the pandemic and the large number of influencers who use these used clothes. This makes researchers interested in examining what makes consumers interested in buying used clothes (thrifting). Do shopping enjoyment, brand of fashion, price and quality affect purchase intention. This study aims to find out what makes consumers interested in buying used clothes. This research model uses the Structural Equation Model (SEM) with a sample measurement of 164 respondents. The results of the analysis in this study indicate that shopping enjoyment, brand of fashion, price and quality affect purchase intention. Therefore, the researcher suggests the next researcher to examine the variables relevant to this topic.

Keywords: *fashion, thrifting, pakaian bekas, shopping enjoyment, price, quality, brand of fashion, purchase intention.*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
2.1 Tinjauan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Shopping Enjoyment.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Brand (Merek)	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Price (Harga)	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Quality	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Purchase Intention.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Model Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

2.3.1 Pengaruh Shopping Enjoyment terhadap Purchase Intention Error! Bookmark not defined.

2.3.2 Pengaruh Brand of Fashion tehadap Purchase Intention Error! Bookmark not defined.

2.3.3 Pengaruh Price terhadap Purchase Intention .. Error! Bookmark not defined.

2.3.4 Pengaruh Quality terhadap Purchase Intention Error! Bookmark not defined.

BAB III METODOLOGI PENELITIANError! Bookmark not defined.

3.1 Gambaran Umum Objek PenelitianError! Bookmark not defined.

3.3 Populasi dan Sampel PenelitianError! Bookmark not defined.

3.3.1 Target PopulasiError! Bookmark not defined.

3.3.2 Sampling Techniques.....Error! Bookmark not defined.

3.3.3 Sampling SizeError! Bookmark not defined.

3.3.4 Sampling ProcessError! Bookmark not defined.

3.4 Teknik Pengumpulan DataError! Bookmark not defined.

3.4.1 Periode PenelitianError! Bookmark not defined.

3.4.2 Pengumpulan DataError! Bookmark not defined.

3.4.3 Proses PenelitianError! Bookmark not defined.

3.5 Operasionalisasi VariabelError! Bookmark not defined.

3.6 Teknik Analisis DataError! Bookmark not defined.

3.6.1 Uji Validitas dan ReliabilitasError! Bookmark not defined.

3.6.2 Analisis Data Penelitian Structural Equation Modelling (SEM) Error! Bookmark not defined.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASANError! Bookmark not defined.

4.1 Karakteristik Responden.....Error! Bookmark not defined.

1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... Error! Bookmark not defined.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .. Error! Bookmark not defined.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili...Error! Bookmark not defined.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	Error! Bookmark not defined.
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Satu Bulan	Error! Bookmark not defined.
4.2 Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
 4.2.1 <i>Shopping Enjoyment</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.2.2 <i>Brand of Fashion</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.2.3 <i>Price</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.2.4 <i>Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.2.5 <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3 Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.3.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
 4.3.2 Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.4 Uji Data Menggunakan <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Error! Bookmark not defined.
 4.4.1 Outer Model	Error! Bookmark not defined.
 4.4.2 Inner Model	Error! Bookmark not defined.
4.5 Implikasi Manajerial	Error! Bookmark not defined.
 4.5.1 Upaya Peningkatan <i>Shopping Enjoyment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.5.2 Upaya Peningkatan <i>Brand of Fashion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.5.3 Upaya Peningkatan <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.5.4 Upaya Peningkatan <i>Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.6.1 Pengaruh <i>Shopping Enjoyment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.6.2 Pengaruh <i>Brand of Fashion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
 4.6.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.

4.6.4 Pengaruh <i>Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
 5.1 Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
 5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tempat Penjualan Pakaian Bekas di Indonesia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Parameter Measurement Model	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Interval Kelas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Variabel Shopping Enjoyment.	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Variabel Brand of Fashion .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Price	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel QualityError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Purchase Intention.....Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 7 Uji ValiditasError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 8 Uji ReliabilitasError! Bookmark not defined.

Tabel 4. 9 Nilai Construct Reliability dan Validity.....Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion...Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 11 Inner ModelError! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Perusahaan Industri Fashion Dunia.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 1. 2 Data Peningkatan Pasar Barang Bekas Dalam 5 Tahun Mendatang di Amerika.....Error! Bookmark not defined.

Gambar 1. 3 Data Peramalan Peningkatan Pasar Barang Bekas Tahun 2030Error! Bookmark not defined.

Gambar 1. 4 Nilai Ekspor dan Impor Pakaian Bekas Badan Pusat Statistik (BPS).....Error! Bookmark not defined.

- Gambar 1. 5 Hasil Pengumpulan Data Terkait Pembelian Pakaian Bekas**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 1. 6 Hasil Pengumpulan Data Terkait Tempat Pembelian Pakaian Bekas**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 1. 7 Hasil Pengumpulan Data Alasan Pembelian Pakaian Bekas**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 1. 8 Konten #THRIFTGANG Pada Youtube Channel USSFEED**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 3. 1 Pasar Senen Blok III**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 3. 2 Pasar Senen Blok III**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 3. 3 Metro Atom Plaza (Pasar Baru)**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 3. 4 Klasifikasi Desain Penelitian**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia** Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili** Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Satu Bulan**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 7 Outer Model Tahap 1**Error! Bookmark not defined.
- Gambar 4. 8 Outer Model Tahap 2**Error! Bookmark not defined.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

xv

Pengaruh Shopping Enjoyment, Brand of Fashion, Price, dan Quality terhadap Purchase Intention Second Hand Fashion (Studi Kasus pada Gen Z di Jabodetabek, Baweravita Zarikurnia Salsabila, Universitas Multimedia Nusantara

- Lampiran 1 Data Observasi Pakaian BekasError! Bookmark not defined.
- Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....Error! Bookmark not defined.
- Lampiran 3 Main Test.....Error! Bookmark not defined.
- Lampiran 4 Kuesioner.....Error! Bookmark not defined.
- Lampiran 5 Formulir Konsultasi Skripsi Prodi Manajemen **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6 Hasil Turnitin.....Error! Bookmark not defined.

