

SKRIPSI

**DAMPAK GAYA HIDUP *THRIFTING* DALAM PERILAKU KONSUMSI
GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO**

Oleh :

VIVI ALIF LAILA

NPM: 2003011103



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1445 H/2024 M

**DAMPAK GAYA HIDUP *THRIFTING* DALAM PERILAKU KONSUMSI
GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

VIVI ALIF LAILA

NPM : 200301103

Dosen Pembimbing : Suci Hayati, S.Ag.,M.S.I

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1445 H/2024



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Vivi Alif Laila
NPM : 2003011103
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO**

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Mei 2024
Dosen Pembimbing

Suci Hayati, S.Ag., M.S.I
NIP. 197703092003122003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO

Nama : Vivi Alif Laila

NPM : 2003011103

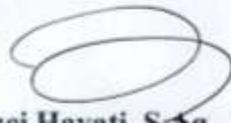
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Mei 2024
Dosen Pembimbing



Suci Havati, S.Ag., M.S.I
NIP. 197703091003122003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metroiniv.ac.id E-mail: iaimetro@metroiniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2006/17-2B-3/D/PP-00-G/06/2024

Skripsi dengan Judul: "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO" disusun oleh: Vivi Alif Laila, NPM: 2003011103, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa, 11 Juni 2024

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Suci Hayati, M.S.I
Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy
Penguji II : Anggoro Sugeng, M.Sh.Ec
Sekretaris : Primadatu Deswara, SKM., MPH.



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

DAMPAK GAYA HIDUP *THRIFTING* DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO

Oleh:

VIVI ALIF LAILA

NPM. 2003011103

Perilaku konsumsi merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsiannya dan penghabisan produk atau jasa. Trend berpakaian semakin berdampak dikalangan anak muda, Gen Z mulai mengenal dan mengerti akan produk fashion *thrifting*. Fenomena *thrift shopping* yang sedang menjadi trend saat ini tidak terlepas dari gaya hidup seseorang, dimana prestise konsumsi yang tinggi membuat konsumen cenderung konsumtif terhadap barang *thrifting*. Terlepas dari gaya hidup yang mempengaruhi perilaku konsumsi terhadap barang *thrifting* maka dapat menimbulkan dampak dari perilaku konsumsi berlebihan itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui Dampak Gaya Hidup *Thrifting* Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z Di Perguruan Tinggi Kota Metro.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Dalam pengambilan sampel wawancara menggunakan teknik *snowball sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Perguruan Tinggi Kota Metro, diantaranya Institut Agama Islam Negeri Metro, Institut Agama Islam Agus Salim Metro, Universitas Muhammadiyah Metro dan Universitas Ma'arif Lampung. Peneliti menemukan hasil bahwa dampak gaya hidup *thrifting* dalam perilaku konsumsi Gen Z dapat menimbulkan sifat konsumtif. Hal tersebut dapat dilihat karena Gen Z membeli barang *Thrifting* bukan karena kebutuhan, tetapi membeli barang *thrifting* atas dasar nafsu belanja yang tidak terkontrol. Hal tersebut juga didukung karena harga barang *thrifting* yang murah sehingga Gen Z makin tergiur oleh hal tersebut. Dari perilaku konsumsi tersebut juga dapat menimbulkan dampak positif dan negatif dari barang *thrifting*.

Kata kunci: perilaku konsumsi, gaya hidup, *thrifting*.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vivi Alif Laila
NPM : 200301103
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Mei 2024
Peneliti



Vivi Alif Laila
NPM. 200301103

MOTTO

كُلُوا وَاشْرَبُوا، وَابْسُوا وَتَصَدَّقُوا فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ

(رواه البخاري)

“Makanlah dan minumlah, berpakaianlah dan bersedekahlah kalian tanpa berlebih-lebihan dan sombong.” (HR. Bukhari)¹

Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu.

-Umar bin Khattab-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahrabbi'l'alaamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. atas karunia dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran kepada peneliti. Sehingga dapat mengerjakan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini saya persembahkan dan saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, Karena hanya atas izi dan karunianya lah skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan tepat waktu.
2. Kepada Ibu Khoirima Inawati selaku ibu kandung penulis yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, motivasi dan doa yang tiada henti serta perjuangan pembiayaan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Tolong untuk hidup lebih lama di dunia ini, dan semoga Allah izinan penulis mengabdikan dan membalas semua pengorbanan yang telah dilakukan untuk saya hingga saat ini. Terimakasih banyak, *this title is for you and i love u so much mom.*
3. Kepada ayahanda Erwan Nurhadi selaku ayah kandung penulis, terimakasih telah menghadirkan penulis ke dunia ini. Penulis telah membuktikan bahwa gadis kecil tunggal yang dulu ditinggalkan tetap dapat melangkah dan tidak menyerah untuk menghadapi dunia walaupun sambil tertatih tanpa kehadiran sosok ayah. *Hate you but i miss u.*
4. kepada ayahanda M. Syukur selaku ayah sambung penulis, terimakasih telah menjadi sosok ayah pengganti untuk penulis walaupun kita tidak ada hubungan darah dan bahkan ada jarak di antara kita. Terimakasih atas kehadiranmu menemani ibu dan penulis dan juga terimakasih atas perjuanganmu telah membantu dan memenuhi keluarga ini.
5. Kepada seluruh keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala hal yang sudah diberikan, semangat dan doa yang tiada henti untuk penulis. Semoga kalian bangga atas pencapaian penulis dan bahagia selalu.
6. Kepada sahabat-sahabat peneliti, Fatkhayah Khoirunnisa, Mutiara Ananda Fasa, Delia Cahya Ningrum, Meli Okta Ofiani, dan Dhella Karisma yang

dengan setia membantu dalam segala hal serta memberikan motivasi, semangat, dukungan, pengertian kasih sayang, doa dan menjadi tempat keluh kesah dalam setiap prosesnya.

7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Fajar Rohman Ars Syiddiq. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi dalam penulisan karya tulis ini yang senantiasa mendampingi, menemani, mendukung ataupun menghibur bahkan mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dan jalan yang baik dalam segala hal yang kita lalui.
8. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan kelas E ekonomi Syariah angkatan 2020, terimakasih untuk semua pengalaman, semangat, dukungan dan terimakasih sudah bertean baik dengan penulis, *see you on top, guys*.
9. *Last but not least*, kepada diri saya sendiri Vivi Alif Laila. Terimakasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun dan tetap selalu terlihat baik baik saja, kamu hebat dan saya bangga atas segala hal yang sudah dilalui. Kamu juga hebat bisa menyelesaikan lapora tugas akhir ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani. *Never give up!*
10. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya, puji syukur kehadiran Allah SWT. Berkat taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Dampak Gaya Hidup *Thrifting* Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro” sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Tidak lupa kita kirimkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, Nabi yang menjadi panutan kita semua.

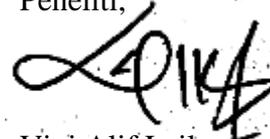
Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof Dr. Hj. Siti Nurjanah M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana M.E.K, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Suci Hayati, S.Ag.,M.S.I selaku Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan

6. Teman-teman angkatan 2020 jurusan Ekonomi Syariah khususnya kelas E yang telah memberikan semangat, motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Namun peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti ini sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, Februari 2024
Peneliti,



Vivi Alif Laila
NPM.2003011103

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Pertanyaan Penelitian	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Gaya Hidup	12
1. Pengertian Gaya Hidup	12
2. Faktor-faktor Gaya Hidup	13
3. Indikator Gaya Hidup.....	15
4. Jenis-jenis Gaya Hidup	16
B. <i>Thrifting</i>	18
1. Pengertian <i>Thrifting</i>	18
2. Faktor-faktor Melakukan <i>Thrifting</i>	20
3. Tujuan <i>Thrifting</i>	22
C. Perilaku Konsumsi	26

1. Pengertian Perilaku Konsumsi	26
2. Faktor-faktor Perilaku Konsumsi	27
3. Kategori Perilaku Konsumsi	29
4. Indikator Perilaku Konsumsi.....	31
5. Dampak perilaku konsumsi.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	35
B. Sumber Data.....	36
C. Teknik Pengumpulan Data.....	38
D. Uji Keabsahan Data.....	40
E. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perguruan Tinggi di Kota Metro	44
1. Institut Agama Islam Negeri Metro	44
2. Institut Agama Islam Agus Salim Metro	51
3. Universitas Muhammadiyah Metro	56
4. Universitas Ma'arif Lampung.....	62
B. Penyajian Data.....	66
C. Analisis Dampak Gaya Hidup <i>Thrifting</i> Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z.....	100
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Dokumentasi Penelitian
11. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aspek fashion pada umumnya telah melekat di kalangan masyarakat. Fashion juga dapat menunjukkan kepribadian seseorang seperti bagaimana kehidupannya dan bagaimana karakternya. Arti dari fashion sendiri adalah segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh untuk melindungi tubuh dan juga untuk memperindah penampilan. Fashion juga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh besar dalam dunia pasar, seperti yang kita ketahui model fashion selalu berubah mengikuti perkembangan zaman yang ada. Fashion juga bisa menjadi peluang yang cukup besar dan menguntungkan karena akan selalu menjadi kebutuhan banyak orang.¹

Fungsi fashion sekarang tidak hanya menjadi kebutuhan primer lagi, tapi sudah berkembang menjadi trend dan sebuah gaya. Gen Z saat ini sudah mengikuti perkembangan zaman yang ada, terlebih sekarang media sosial sudah menjadi hal yang tidak asing lagi terutama dikalangan anak muda. Media sosial selalu memberikan dunia baru yang menjadikan pemicu masyarakat memiliki keinginan untuk mengikuti trend-trend masa kini, contohnya banyak sekali konten-konten *Outfit Of The Day (ootd)* yang bisa

¹ Wasia Roesbani dan Roesmini Soerjaatmadja, *Pakaian Pengetahuan*, Jakarta: Balai Pustaka, 2014, hal 1

menciptakan gaya-gaya fashion baru dan menimbulkan rasa ingin selalu mengikuti perkembangan trend fashion yang ada.²

Seperti bahasa kekinian tentang Generasi Z, adalah generasi milenial yang hidup di zaman teknologi sudah berkembang pesat. Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam kurun waktu antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Dengan kecenderungan Generasi Z dengan media sosial yang mencakup dunia luas yang akan memberikan informasi akan budaya luar dan hal lainnya. Sehingga salah satu aspek dari apa yang terlihat pada media sosial terutama mengenai fashion akan sangat berpengaruh terhadap keinginan untuk memenuhi gaya hidup.³

Pada penelitian ini peneliti tertarik meneliti Gen Z yang ada di Perguruan Tinggi Kota Metro. Jumlah perguruan Tinggi di Kota Metro sendiri terdapat 10 perguruan tinggi diantaranya IAIN, UM, UMALA, IAI Agus Salim, Dharma Wacana, STKIP PGRI, Wira Buana, UT, Kampus 2 UNILA, dan STO.. Tetapi peneliti memilih 4 tempat saja untuk dijadikan objek penelitian yang berbasis keagamaan dan juga mengingat waktu pengambilan data yang terbatas. Peneliti memilih IAIN Metro dengan jumlah mahasiswa keseluruhan sebanyak 5362 orang, lalu IAI Agus Salim dengan jumlah mahasiswa keseluruhan sebanyak 1078 orang , UM Metro dengan

² Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (Jakarta Pusat: Lentera ilmu Cendekia, 2014),2-5.

³ Budiati, I., Susianto, D., Adi, D. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Sapuri, V. G. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan AnakM (2018).

jumlah mahasiswa keseluruhan sebanyak 6709 orang dan juga UMALA dengan jumlah mahasiswa keseluruhan sebanyak 2244 orang .⁴

Sebenarnya ada salah satu alternatif yang bisa meminimalisir pengeluaran untuk memenuhi gaya hidup tersebut. Gaya hidup adalah salah satu kebutuhan tambahan yang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Seperti yang kita ketahui bahwa banyak masyarakat terutama kalangan anak muda khususnya mahasiswa lebih mementingkan penampilan agar terlihat *fashionable*. Alternatif untuk mengurangi pengeluaran tersebut adalah dengan cara melakukan *Thrifting*.

Thrifting adalah kegiatan berbelanja barang bekas (*Thrift*). Barang *Thrift* sendiri merupakan berbagai jenis barang second atau barang bekas baik lokal maupun import yang memiliki kualitas yang masih bagus bahkan kualitasnya hampir sama dengan barang baru dan juga banyak terdapat brand – brand ternama. Barang *Thrift* ini juga bisa berasal dari barang stok lama atau cacat produk yang tidak lolos ke tahap jual. Harga barang *Thrift* ini jauh lebih murah daripada harga jual barang yang baru, sehingga banyak orang yang lebih memilih untuk membeli barang *Thrift*.

Kasus atau fenomena yang banyak terjadi saat ini adalah penyalahgunaan yang dilakukan oleh konsumen terhadap *Thrifting*. *Thrifting* ini sebenarnya memiliki manfaat atau dampak yang sangat baik, seperti untuk mengurangi limbah pakaian yang bisa menghasilkan nilai jual dan juga bisa memutarakan gaya-gaya fashion yang pernah ada. Oleh karena itu, saat ini

⁴ Pddikti.kemendikbud.go.id

banyak sekali pelaku bisnis yang memanfaatkan peluang usaha ini. Mereka tidak hanya menjual di *offline store* tetapi sudah banyak menyebar di *marketplace* dan sosial media lainnya. Tetapi ternyata *Thrifting* ini juga bisa menimbulkan dampak negatif yakni dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif bagi para pelaku *Thrifting* karena banyak konsumen yang tergiur oleh harga yang relatif murah dan bisa mendapatkan barang dengan kualitas yang masih bagus bahkan branded yang menyebabkan haus akan membeli barang *Thrift* dan membeli barang tanpa melihat manfaatnya lagi. Sehingga, bukannya meminimalisir pengeluaran justru malah menghamburkan uang.⁵

Nilai syariah dalam konteks jual beli *thrifting* pada dasarnya sama dengan praktik jual beli pada umumnya, kedua belah pihak telah menyetujui dan memenuhi hak kewajiban sebagai pelaku akad. Tetapi, jika dilihat dalam perspektif hukum islam jual beli sistem bal dapat dikategorikan dalam jual beli gharar ringan, karena tidak menyebabkan konflik antar kedua belah pihak dan tidak ada yang merasa dirugikan. Untuk memenuhi gaya hidup sebaiknya juga memperhatikan nilai syariah yang ada seperti mempergunakan uang sesuai kebutuhan dan tidak berlebihan, apalagi hanya untuk nafsu dan emosi semata.

Berdasarkan hasil survey, fenomena *Thrifting* ternyata sudah menjadi hal yang digemari oleh banyak orang khususnya mahasiswa, bahkan tidak sedikit yang mengakui bahwa *Thrifting* bisa menyebabkan perilaku konsumsi

⁵ Sumarwan, Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Kedua),Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, h. 4.

yang berlebihan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa

IAIN Metro yaitu Fatkhiyah Khoirunnisa (Ica) bahwa:

“*Thrifting* menjadi alternatif yang saya pilih untuk memenuhi ekspektasi saya terhadap fashion yang selalu berganti model, apa lagi sebagai mahasiswa, tentunya akan selalu memperhatikan penampilan maka dari itu saya memilih *Thrifting* karena harganya yang terbilang lebih miring dari pada saya harus membeli barang yang original baru. Tetapi terkadang melihat promosi para penjual seperti di media sosial membuat saya selalu tergiur untuk membelinya, yang seharusnya saya hanya mau membeli 1 baju tapi malah bertambah membeli 2 atau 3 baju.”⁶

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa dari perguruan tinggi yang ada di Kota Metro yaitu kak Meli dari Universitas Muhammadiyah Metro,

“Iya saya suka si beli barang *thrift* ya karena harga murah dan juga stok barangnya gak banyak jadi jarang ada yang samain, kalo untuk target beli ga ada ya sesuai mood aja kalo lagi pengen cari baju”

Lalu ada Kak Dhella dari Universitas Agus Salim Metro,

“kalau lagi butuh beli baju gitu si yang pertama di cari ya barang *thrift*, kalau ga ada baru cari barang baru, bahkan sering banget tuh misal lagi butuh baju kemeja putih eh pas belanja malah kepincut baju yang lain.”

Dan Kak Delia dari Universitas Ma’arif Metro.

“kadang kadang aja si kalau cari baju *thrift*, bukan prioritas banget tapi misal kalau lagi nemenin temen ke toko *thrift* baru tuh kepincut juga ikutan beli, apalagi harganya murah kan ya jadi kaya mumpung harga murah dan ada yang srek di hati yaudah beli aja karna juga cari baju baru harganya lebih mahal. Kalau harga 1 baju baru bisa dapat 2 atau 3 baju *thrift*, jadi walau bukan prioritas harus beli *thrift* tapi ga nyesel juga belinya.”

⁶ Wawancara kepada Fatkhiyah Khoirunnisa selaku mahasiswa IAIN Metro pada tanggal 1 November 2023.

Dari wawancara tersebut maka sesuai dengan pernyataan para narasumber bahwa kebanyakan dari mereka suka membeli barang *thrift* dan juga sering kali membeli tanpa melihat nilai kegunaan dan kebutuhan mereka serta tergiur oleh harga dan promosi yang ada.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait judul “Dampak Gaya Hidup *Thrift*ing Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro”, melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui fenomena *Thrift*ing di kalangan Gen Z.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan, maka skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian pada perguruan tinggi kota metro berbasis keagamaan yaitu Institut Agama Islam Negeri Metro, Universitas Muhammadiyah Metro, Universitas Agus Salim Metro dan juga Universitas Ma'arif Lampung dengan mengambil 3 narasumber dari masing-masing tempat. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan produk *thrift*. Pengguna *thrift*ing merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali membeli produk *thrift*ing untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya.
2. Karakteristik demografi responden yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari:
 - a. Jenis kelamin perempuan
 - b. Usia terdiri dari 20-23 tahun atau semester 6 atau 8.

3. Informasi yang disajikan yaitu : mengenai bagaimana gaya hidup mereka dan juga bagaimana perilaku konsumsinya terhadap barang *thrifting*.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan judul dan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka yang menjadi pertanyaan peneliti adalah: Bagaimana dampak gaya hidup *Thrifting* terhadap perilaku konsumsi gen Z di perguruan tinggi Metro?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian hakikatnya adalah suatu yang hendak dicapai serta memberikan arah terhadap kegiatan pengumpulan data yang akan dilakukan. Berdasarkan pertanyaan peneliti, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak gaya hidup *thrifting* dalam perilaku konsumsi gen Z di perguruan tinggi Kota Metro.

2. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, yang di antaranya:

a. Secara Teoritis

- 1) Bagi peneliti, dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman dan intelektual atau pengetahuan yang sifatnya umum bagi para penulis.
- 2) Bagi akademis, diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi ilmu pengetahuan terkait gaya hidup dan perilaku

konsumsi, khususnya mengenai dampak gaya hidup *thrifting* dalam perilaku konsumsi.

b. Secara Praktis

Bagi pengguna *Thrifting* khususnya mahasiswa di perguruan tinggi kota metro, dapat dijadikan acuan dalam mengendalikan perilaku konsumsi terhadap *thrifting* dengan baik.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah suatu proses penyelidikan atau studi yang dilakukan untuk memahami, mengidentifikasi, atau menjawab pertanyaan-pertanyaan tertentu yang berkaitan dengan suatu topik atau masalah tertentu. Tujuan utama penelitian relevan adalah untuk menyumbangkan pengetahuan baru, memecahkan masalah, atau mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu fenomena. Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain:

1	NAMA dan JUDUL PENELITIAN	Indah Anatasyah Swaswantika, Ainun Jariah, Zainul Hidayat “Analisis perilaku konsumen terhadap pengguna fashion branded preloved sebagai konsep gaya hidup.”
	HASIL PENELITIAN	Masyarakat lebih memilih menggunakan fashion preloved untuk tampil menarik dan untuk mengikuti perkembangan trend fashion dengan harga yang murah tetapi mendapatkan barang dengan brand

		<p>ternama dengan kualitas yang masih sangat bagus. Berpenampilan dengan fashion yang branded dapat membuat mereka lebih yakin akan dirinya. Lingkungan pertemanan yang hedonis menjadi pendorong dalam mempertimbangkan apa yang akan digunakan dan dipakai.</p>
	PERSAMAAN PENELITIAN	<p>Persamaan pada penelitian ini sama-sama untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat terhadap fashion barang bekas dan alasan apa mereka lebih memilih barang bekas.</p>
	PERBEDAAN (NOVELTY)	<p>Perbedaan dari penelitian sebelumnya hanya meneliti perilaku yang terjadi kepada masyarakat saat itu, sedangkan pada penelitian saya memiliki jangkauan lebih luas dengan tujuan mengetahui dampak yang terjadi akibat adanya barang bekas baik masyarakat maupun pihak lainnya.⁷</p>
2	NAMA dan JUDUL PENELITIAN	<p>Rifky Ghilmansyah.Siti Nursanti ,Wahyu Utamidewi “Fenomena <i>Thrifting</i> Sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor.”</p>
	HASIL PENELITIAN	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemakaian dan pembelian suatu barang bisa dilihat dari beberapa</p>

⁷ Indah Anatasyah Swaswantika, Ainun Jariah, Zainul Hidayat, “Analisis perilaku konsumen terhadap pengguna fashion branded preloved sebagai konsep gaya hidup,”*Jobman: Journal of Organization and Business Management*, E-ISSN : 2715-5579 (Juni, 2022)

		faktor seperti lingkungan, pertemanan, dan juga ekonomi. Banyak orang yang lebih memilih barang <i>thrift</i> karena harganya yang terjangkau tetapi hal ini juga justru menimbulkan sifat konsumtif.
	PERSAMAAN PENELITIAN	Persamaan pada penelitian ini sama-sama ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumen terhadap pembelian produk <i>thrift</i> fashion apakah mengakibatkan perilaku konsumtif yang berlebihan
	PERBEDAAN (NOVELTY)	Perbedaan dari penelitian ini memfokuskan untuk mengetahui makna dan motif tindakan milenial Bogor dalam melakukan kegiatan <i>thrifting</i> . penelitian fenomenologi, khususnya mengenai penelitian <i>thrifting</i> di daerah Bogor. Sedangkan pada penelitian saya memiliki kebaruan selain fenomenologi juga meneliti dampak yang terjadi pada produsen yang menjual produk baru akibat adanya <i>thrifting</i> tersebut. ⁸
	NAMA dan JUDUL PENELITIAN	Nevi Ristiani, Usman Raidar, Damar Wibisono “Fenomena <i>Thrifting</i> Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung.”

⁸ Rifky Ghilmansyah.Siti Nursanti ,Wahyu Utamidewi, “Fenomena *Thrifting* Sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor,”jurnal nomosleca, Vol. 8 no. 1 (april 8, 2022)

	HASIL PENELITIAN	Hasil penelitian ini yaitu pakaian <i>thrifting</i> banyak dipilih oleh mahasiswa sebagai alternatif untuk mengikuti perkembangan model fashion dengan harga yang terjangkau. Fenomena ini menunjukkan bahwa <i>thrift</i> bisa menimbulkan dampak positifnya, yaitu hemat, peduli terhadap lingkungan, dan dapat membuka peluang usaha. Sedangkan dampak negatif, yaitu menimbulkan sikap konsumtif, pakaian tidak higienis, dan meluangkan relatif banyak waktu serta tenaga.
	PERSAMAAN PENELITIAN	Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang peneliti susun yaitu untuk mengetahui fenomena <i>thrifting</i> bagi mahasiswa dan untuk mengetahui apa saja dampak dampak yang ada jika banyak mahasiswa yang lebih menyukai <i>thrifting</i> .
	PERBEDAAN (NOVELTY)	Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada lokasi dan subjek penelitian yang akan diteliti. Sehingga tentunya menghasilkan hasil penelitian yang berbeda berupa dampak yang terjadi pada lokasi yang diteliti. ⁹

⁹ Nevi Ristiani, Usman Raidar, Damar Wibisono, " Fenomena *Thrifting* Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung," *sociologic: Jurnal ilmiah mahasiswa sosiologi* , Vol. 1, No. 2, (Agustus,2022): 195.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gaya Hidup

1. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah salah satu kebutuhan tambahan yang umumnya berubah mengikuti perkembangan peristiwa saat ini. Banyak orang perlu mengubah cara hidup mereka untuk memperbaiki penampilan mereka. Gaya hidup sendiri mempunyai implikasi yang beragam sesuai dengan bidang informasi pada masing-masing tokoh yang mengkomunikasikannya.

Menurut Kolter dan Keller, gaya hidup adalah suatu apresiasi terhadap suatu gerakan, minat dan penilaian seseorang untuk menjawab kemajuan zaman atau pola gaya hidup di muka bumi. Sementara itu, menurut Minor dan Mowen, gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka menghabiskan uangnya, dan bagaimana mereka mengatur waktunya. Gaya hidup juga menggambarkan karakter individu yang berkolaborasi dalam iklim.¹

Gaya hidup masyarakat masa kini semakin beragam, salah satu gaya hidup yang nyata harus terlihat dari perkembangan gaya yang ada, mulai dari selera berbusana, tata rias, dan lain-lain. Banyak orang yang berlomba-lomba untuk mengejar tren terkini, salah satunya Kegiatan

¹ Philip khotler dan Gery Amstrog, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1, (Jakarta Erlangga,2003), 192.

nyata yang mereka lakukan adalah dengan berbelanja dan mengubah desain barang agar selalu terlihat elegan sesuai perkembangan zaman. Dari definisi di atas, maka dapat diasumsikan bahwa *way of life* adalah cara hidup seseorang dalam menyikapi perubahan yang terjadi saat ini dan bagaimana mereka memanfaatkan waktu dan uang yang dimilikinya, serta cara mereka fokus pada kehidupan, apa yang mereka anggap penting bagi kehidupan mereka sehari-hari dengan menyesuaikan iklim umum.

2. Faktor-faktor Gaya Hidup

Menurut Armstrong, faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.² Penjelasan masing-masing unsur yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:

a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

b. Pengalaman dan pengamatan.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari. melalui belajar orang akan dapat

² Ahyan Syaraahiyya, Emmy Yuniarti Rusadi, " Fenomena *Thrift Shopping* Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur)", jurna abdi masyarakat, Vol. 5. No. 1 , (Juni 2023): 2

memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep Diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.

e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f. Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.³

³ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan bisnis Kontemporer*, (jakarta: alfabeta 2011), 190.

Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup seseorang memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kualitas hidup dan ciri-ciri kepribadian yang berbeda. Dalam perjalanan menuju kehidupan yang seimbang, pembentukan kebiasaan positif dan keputusan bijak dalam aspek-aspek gaya hidup menjadi pondasi utama untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

3. Indikator Gaya Hidup

Segmen konsumen terhadap aspek kepribadian mengenai pemenuhan gaya hidup dapat dilihat dari motif membelinya, minatnya, keyakinannya, sikapnya dan juga nilai – nilai yang diterapkannya. Menurut Mandey, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut :

- a. Kegiatan (Activity) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. Minat (Interest) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

c. Opini (Opinion) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orak ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.⁴

Dengan demikian, teori indikator gaya hidup membuka jendela pemahaman yang luas terhadap kompleksitas dan dinamika kehidupan manusia. Melalui analisis beragam faktor seperti pola konsumsi, preferensi, dan kebiasaan sehari-hari, teori ini memberikan pandangan mendalam mengenai bagaimana gaya hidup tidak hanya mencerminkan identitas seseorang, tetapi juga mempengaruhi kesehatan, keberlanjutan lingkungan, dan interaksi sosial. Sebagai alat penelitian yang kuat, indikator gaya hidup memberikan landasan untuk pengembangan strategi yang lebih baik dalam merancang kebijakan kesehatan, pemasaran, dan pembangunan berkelanjutan.

4. Jenis-jenis Gaya Hidup

Setiap masyarakat pastinya memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, dan juga memiliki pendapatan yang berbeda pula. Dengan adanya perbedaan tersebut pastinya menimbulkan gaya hidup yang tidak sama antar individu. Secara umum, jenis gaya hidup masyarakat terdiri dari :

⁴ Michel R Slomoo, *Consumer behavior: buying, having and being*, (new Jersey, 2011) 246.

a. Gaya Hidup Mandiri

Gaya hidup mandiri banyak dijumpai di lingkup perkotaan. Masyarakat memenuhi gaya hidupnya dengan kemampuan untuk bertahan dan berkembang dalam hidup tanpa mengandalkan terlalu banyak bantuan dari orang.jadi, segala konsekuensi dan keinginannya dikontrol dan ditanggung tiap masing-masing individu.

b. Gaya Hidup Modern

Gaya hidup modern ini berkaitan dengan perkembangan dunia digital. Perkembangan zaman yang semakin maju menjadikan masyarakat mengenal pembaruan teknologi dan komunikasi yang menjadikan para konsumen memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan fenomena yang sedang trend di media sosial.

c. Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat dijalankan dengan pilihan yang sederhana dan tepat sesuai kebutuhan yang diperlukan. Gaya hidup ini adalah salah satu hal yang baik karena tidak menimbulkan pengeluaran yang berlebihan.

d. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah pola pemenuhan kebutuhan yang sifatnya untuk kesenangan, seperti berbelanja berlebihan, lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah untuk bermain dan foya – foya. Hal tersebut semata hanya untuk menarik pusat perhatian. Gaya hidup hedonis ini lah yang menimbulkan sifat konsumtif.

e. Gaya Hidup Hemat

Gaya hidup hemat adalah kemampuan konsumen yang membelanjakan uangnya dengan berfikir secara ketat terkait kebutuhan yang sangat diperlukan karena memikirkan pengelolaan keuangan dengan sangat rinci.

f. Gaya Hidup Bebas

Gaya hidup bebas banyak dilakukan oleh anak remaja. Gaya hidup ini merupakan sebuah gaya hidup yang dilakukan hanya semata untuk mengikuti keinginan dan trend yang ada, seperti contohnya sudah tidak berfikir lagi dengan budaya yang ada.⁵

Dari beberapa contoh gaya hidup di atas, gaya hidup seseorang memiliki jenis yang berbeda-beda. Gaya hidup seseorang juga berpengaruh dengan faktor-faktor lainnya yang bisa menentukan sifat perilaku konsumsinya. Kegiatan konsumsi yang berlebihan tersebut dinamakan perilaku konsumtif. Di dalam jenis gaya hidup seperti gaya hidup modern, hedonis dan juga bebas banyak terdapat perilaku konsumtif yaitu seorang individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang dan juga berlebihan.

B. *Thrifting*

1. Pengertian *Thrifting*

Thrift berasal dari kata *thrive* yang berarti berkembang atau maju.

Kata *thrifty* sendiri dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan

⁵ donni Juni Priansa. Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer (Bandung:Alfabeta,2017). 185-187.

barang lainnya secara baik dan efisien. Sehingga *thrifting* dapat diartikan pula sebagai suatu kegiatan membeli barang bekas. Kegiatan *thrifting* bukan hanya sekedar membeli barang bekas, namun bagaimana kepuasan pribadi jika bisa mendapatkan barang yang bagus atau langka dengan setengah harga atau lebih murah.⁶

Awal mulanya *thrifting* dilakukan saat Revolusi Industri di abad ke-19, memperkenalkan produksi massal pakaian dan mengubah cara pandang masyarakat terhadap dunia fashion saat itu. Saat itu pakaian sangat murah, dan orang mengira pakaian itu sekali pakai (*disposable*). Hal ini menyebabkan menumpuknya produk yang dibuang, sehingga manusia menjadi sangat konsumtif. Barang-barang bekas ini umumnya digunakan oleh para pendatang. Setelah itu, pada tahun selanjutnya, Salvation Army mengumpulkan barang-barang yang tidak terpakai sebagai sumbangan.

Mereka mendirikan tempat yang disebut "*Salvage Bridge*" pada tahun 1897, pada saat itu orang-orang merasa dapat menyumbangkan pakaian tambahan atau barang-barang lainnya ke tempat *Salvage Bridge*. Kemudian, selama *Great Depression* pada tahun 1920-an, mengalami krisis skala penuh terjadi di Amerika Serikat. Banyak orang yang menganggur lalu kehancuran di pasar saham New York menjadi "gong" saat itu. Orang-orang pada saat itu bahkan tidak memiliki kemampuan untuk membeli pakaian baru, jadi mereka memilih alternatif untuk

⁶ Mahabarata, Y. 2020. Demi Misi Sejarah dan Budaya *Thrift Shop*, Baju Bekas Harusnya Memang Tak Mahal.

membeli dari toko barang bekas. Sedangkan untuk orang kaya, tempat ini digunakan untuk berdonasi. Akhirnya tahun-tahun selanjutnya menjadi sebuah kerutinan pada masyarakat saat itu yang menjadi trend hingga saat ini. Kebiasaan menggunakan baju bekas kembali menjadi trend yang kini kita sebut *thrifting*.⁷

2. Faktor-faktor Melakukan *Thrifting*

Pada dasarnya perilaku seseorang selalu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang mempengaruhi sebelum seseorang melakukan suatu tindakan atau keputusan adalah lingkungan sekitar. Tiap individu juga mempunyai motif yang berbeda-beda yang disebabkan oleh latar belakang yang berbeda pula. Begitupun terhadap fenomena *thrifting*, tentunya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan *thrifting*, di antaranya adalah :

a. Faktor lingkungan pertemanan

Motif ini berasal dari dorongan pergaulan lingkungan terdekat, pastinya di dalam lingkungan pertemanan ada daya minat terhadap *thrifting*, munculnya rasa keinginan itu bisa karena adanya persamaan ketertarikan terhadap *thrifting*.

b. Faktor Hobi

Hobi juga bisa menjadi salah satu faktor yang melatar belakangi seseorang melakukan *thrifting*, karena *thrifting* sekarang

⁷ Rifky ghilmansyah, siti nursanti, wahyu utamidewi. Fenomena *thrifting* sebagai gaya hidup milenial bogor. (Jurnal nomosleca,2021) 5.

sudah banyak dijumpai dan tidak sedikit orang yang hobi berbelanja menjadikan *thrift* sebagai alternatif memenuhi hobinya.

c. Faktor Keluarga

Faktor Yang paling dekat memberikan pengaruh adalah dari keluarga. Adanya salah satu anggota yang memperkenalkan *thrift* menjadikan anggota keluarga lainnya ikut melakukan hal yang sama.

d. Faktor ekonomi

Faktor ekonomi juga menjadi hal yang paling mendasar terhadap pemilihan produk *thrift*, tidak sedikit orang yang memiliki keterbatasan ekonomi, sehingga *thrift* menjadi salah satu alternatifnya.

e. Faktor kualitas barang dan pengalaman baru

Faktor lainnya yang berpengaruh terhadap pemilihan barang *thrift* adalah banyak terdapat barang branded dengan harga murah, tidak jarang pula jumlah model barang yang hanya sedikit bahkan hanya terdapat 1 model menciptakan pengalaman baru karena harus mengeksplorasi dan menyeleksi untuk mencari barang yang kita inginkan.⁸

Meskipun banyak faktor mendasar yang menjadi pengaruh seseorang melakukan *thrift* pastinya ada juga yang tidak terpengaruh terhadap faktor – faktor tersebut. Seseorang memilih *thrift* tentunya kembali lagi pada pribadi setiap individu. Faktor- faktor yang menunjang

⁸ Rifky ghilmansyah, siti nursanti, wahyu utamidewi. Fenomena *thrift* sebagai gaya hidup milenial bogor. (Jurnal nomosleca,2021), 8.

seseorang melakukan *thrifting* tersebut pastinya sudah memiliki banyak pertimbangan untuk menentukan pilihannya.

3. Tujuan *Thrifting*

Tiap pilihan pastinya memiliki tujuan yang baik, tujuan *thrifting* adalah untuk membantu dalam upaya penghematan polusi atau limbah karena industri tekstil dan pakaian merupakan salah satu pemasok polusi dan limbah tekstil terbesar di dunia. Selain itu budaya *thrifting* dilakukan sebagai bentuk dukungan untuk melakukan pengurangan dan pemanfaatan sampah, terutama sampah tekstil yang diakibatkan oleh industri fashion.⁹

Selain itu, *thrifting* juga bisa memberikan nilai jual terhadap barang yang sudah tidak digunakan. *Thrifting* juga menjadi salah satu hal yang membantu seseorang dengan perekonomian yang kurang baik untuk bisa tetap mengimbangi trend yang ada.

4. Dampak *Thrifting*

Membeli pakaian secara *thrifting* tentu akan membawa dampak bagi diri sendiri, orang lain dan lingkungan baik secara positif maupun secara negatif, berikut dampak yang timbul dari fenomena *thrifting*:

a. Dampak positif

1) Mengurangi Limbah Pakaian

Ketika pakaian yang telah digunakan tidak menarik dan tidak sesuai dengan mode yang sedang trend di zaman yang lebih baru pakaian cenderung akan di buang atau di sumbangkan

⁹ Mahabarata, Y. 2020. Demi Misi Sejarah dan Budaya *Thrift Shop*, Baju Bekas Harusnya Memang Tak Mahal

sehingga menjadi limbah tekstil. Limbah tekstil yang menggunakan bahan-bahan yang tidak mudah diurai sehingga selain memakan banyak tempat di pembuangan sampah sehingga tempat sampah menjadi penuh.

Oleh karena itu dengan adanya thrifting akan mengurangi tumpukan limbah pakaian di tempat sampah dan juga pakaian lama itu bisa memiliki nilai jual lagi. Tidak hanya itu pakaian yang sudah berganti zaman akan terus berputar lagi dan menciptakan trend baru yaitu barang vintage.

2) Mengurangi Polusi Kimia

Membeli dan menggunakan pakaian bekas dapat mengurangi polusi kimia yang diakibatkan oleh proses pembuatan pakaian baru pada industri fashion. Industri fashion dalam proses produksinya menggunakan banyak air selain itu dalam produksi kain sebelum menjadi pakaian pun menggunakan bahan-bahan kimia yang berakibat pada pengasaman tanah serta pencemaran air.

Jadi, dengan adanya produk thrifting ini bisa mengurangi pembuatan pakaian baru yang dalam pembuatannya terdapat bahan-bahan kimia yang bisa merusak alam.

3) Hemat

Thrifting sudah kita ketahui merupakan barang bekas yang dijual kembali sehingga membuat harganya jauh lebih terjangkau. Banyak orang yang sudah memilih alternatif thrifting yang salah

satu alasannya adalah untuk menghemat pengeluaran tetapi bisa berpenampilan modis.

b. Dampak negatif

1) Menimbulkan Sikap Konsumtif

Membeli pakaian thrifting yang memiliki harga lebih terjangkau tentu mempermudah seseorang dalam memenuhi kebutuhan pakaian, hal ini juga dapat menimbulkan sikap konsumtif dimana keinginan untuk membeli pakaian terus ada tanpa memikirkan kegunaan dan kebutuhan yang lebih penting.

Salah satu dampak buruk adanya thrifting ini adalah munculnya sifat konsumtif. Banyak masyarakat yang membeli produk thrifting ini tergiur dengan harganya yang relatif lebih murah, dengan begitu banyak orang yang membeli barang thrifting ini tidak mementingkan kebutuhan dan kegunaan lagi tetapi untuk memenuhi nafsu emosi berbelanja saja.

2) Menghambat Pembangunan Negara

Penjualan pakaian thrifting dapat berdampak pada perkembangan ekonomi negara yang disebabkan oleh Perdagangan pakaian bekas menghambat pembangunan dari Bea dan Cukai karena terdapat penyelundupan pakaian bekas yang mengakibatkan berkurangnya biaya untuk melaksanakan pembangunan.

Tidak sedikit para penjual barang thrifting mendapatkan produk-produknya dari luar negeri dan melakukan hal curang yaitu

tidak membayar pajak/bea cukai. Oleh karena itu saat ini persaingan penjualan barang thrifting semakin berlomba memberikan harga yang murah. Barang thrifting dari luar negeri juga akan berdampak pada industri lokal yang ada karena masyarakat lebih memilih barang thrift yang mencakup model pakaian dari berbagai daerah dan harganya juga lebih standar.

3) Dampak terhadap kesehatan

Thrifting barang impor ilegal dapat membawa dampak buruk terhadap lingkungan dan kesehatan masyarakat. Barang-barang tersebut mungkin diproduksi dengan menggunakan bahan-bahan berbahaya yang merusak lingkungan dan berpotensi membahayakan kesehatan konsumen. Tingkat kebersihan dari barang-barang tersebut juga perlu diwaspadai seperti adanya jamur atau parasit lainnya yang dapat membahayakan kesehatan. Selain itu, jejak karbon dari proses produksi dan transportasi lintas negara juga memberikan beban tambahan pada lingkungan.

Para penjual thrifting banyak yang tidak mengolah barang thrift dengan baik dan benar, seperti tidak mencuci ulang barangnya dan tidak disortir ulang sehingga kotoran dan kuman bisa membahayakan konsumen.

Oleh karena itu thrifting juga memiliki dampak positif maupun negatif.

Bagi penggemar fashion dan memilih memenuhi gaya hidup dengan barang

thrift alangkah baiknya melihat dampak yang terjadi jika tidak digunakan dengan sebagaimana mestinya.

C. Perilaku Konsumsi

1. Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tujuan untuk menggunakan barang dan jasa dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan juga kepuasan. Perilaku konsumsi sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Definisi tersebut memberikan gambaran yang sederhana terkait dengan perilaku konsumsi.¹⁰

Konsumsi juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk menghabiskan nilai guna .konsumsi tidak akan terpisahkan dengan kegiatan ekonomi, orang yang melakukan kegiatan konsumsi disebut dengan konsumen sedangkan penyedia barang dan jasa disebut sebagai produsen. Kegiatan konsumsi saat ini tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan tetapi juga dikatakan sebagai bentuk harga diri.¹¹

Menurut Samuelson dan Nordhaus, konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan guna memenuhi kebutuhannya. Konsumsi digolongkan menjadi dua, yakni konsumsi rutin dan konsumsi yang sifatnya sementara. Konsumsi rutin berarti pengeluaran yang dilakukan berulang

¹⁰ Dewi Maharani, Taufiq Hidayat, “Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam”,(Available at <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2020):2.

¹¹ Nugroho J. Setiadi, Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran (Jakarta:Kencana, 2003), 148

selama bertahun-tahun. Sedangkan sementara adalah pengeluaran tambahan yang sifatnya tidak terduga.¹²

Konsumsi dapat dilakukan oleh siapa saja, tanpa membedakan gender, usia bahkan status sosial dan berapa jumlah kekayaannya. Setiap orang memiliki pola konsumsi yang berbeda tergantung bagaimana keadaan perekonomiannya dan juga bagaimana faktor lingkungan sekitarnya.

2. Faktor-faktor Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi dapat terjadi dikarenakan oleh dua faktor. Pertama, yakni adanya dorongan dari dalam diri atau faktor internal. Kedua, adanya pengaruh dari luar yang membuat seseorang berperilaku konsumtif atau yang dapat disebut sebagai faktor eksternal.

a. Faktor internal

Faktor internal atau dari dalam diri sendiri dapat menjadi pengaruh terhadap perilaku konsumsi seseorang. Adapun faktor dari dalam diri tersebut diantaranya:

- 1) Motivasi, Adanya dorongan dalam diri untuk mewujudkan keinginannya.
- 2) Kepribadian, Pola perilaku atau karakter seseorang.
- 3) Harga diri, Orang dengan harga diri rendah cenderung lebih mudah dipengaruhi ketimbang mereka yang memiliki harga diri tinggi.

¹² Agoes parera, pengantar ilmu ekonomi. (bumi aksara:2021). 60.

- 4) Proses Belajar, Pengalaman hidup seseorang menentukan apa yang akan ia beli.
- 5) Gaya hidup, Cara seseorang memanfaatkan waktu dan uang yang dimilikinya.

b. Faktor eksternal

Selain faktor internal, perilaku konsumsi adalah gaya hidup yang dapat terjadi akibat pengaruh dari luar. Beberapa diantaranya yakni dipengaruhi oleh kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- 1) Kebudayaan, adanya Perkembangan zaman dan pergeseran budaya di masyarakat dapat memicu perilaku konsumtif.
- 2) Kelas Sosial, tingkat kemampuan perekonomian tiap orang tentunya berbeda- beda, terdapat seperti golongan atas, menengah, bawah. Penggolongan tersebut berdasarkan kekayaan, kekuasaan, kehormatan, ilmu pengetahuan. Adanya penentuan golongan tersebut menjadikan seseorang memiliki tingkat konsumsi yang berbeda sesuai kebutuhannya.
- 3) Kelompok Referensi, Lingkup pergaulan yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku belanja seseorang. Banyak sekali masyarakat yang memenuhi kebutuhannya melihat lingkungan sekitarnya untuk menyetarakan dengan orang lain.
- 4) Keluarga, Gaya hidup yang dianut suatu keluarga dapat mempengaruhi perilaku anggota keluarga yang ada. Lingkup

keluarga merupakan faktor yang paling dekat dengan kita, seperti kebiasaan sedari kecil yang memberikan faktor perilaku konsumsi seseorang.¹³

Dengan adanya kedua faktor tersebut, maka perilaku konsumsi juga bisa mencakup sekaligus keduanya. Sehingga sering terjadi emosi berlebih yang mengakibatkan perilaku konsumsi seseorang menjadi berlebihan. Untuk itu perlu adanya kontrol diri untuk mengendalikan faktor-faktor yang menunjang perilaku konsumsi seseorang.

3. Kategori Perilaku Konsumsi

Kategorisasi merupakan suatu proses yang mana suatu gagasan dan benda dibedakan untuk dikenal dan dimengerti. Terdapat beberapa kategori mengenai perilaku konsumsi. menurut Anggreini dan Mariyanti perilaku konsumsi dibedakan menjadi tiga, yaitu :

- a. Perilaku konsumsi tingkat rendah, dalam tingkat ini konsumen melakukan pembelian barang dan jasa berdasarkan kebutuhan, bukan untuk memenuhi gengsi dan buka karena tergiur oleh iklan dan lainnya. Biasanya kebutuhan yang diutamakan adalah kebutuhan primer.

Perilaku konsumsi tingkat rendah dalam konteks keuangan pribadi atau pengeluaran, tidak ada standar yang pasti karena kebutuhan dan prioritas setiap individu dapat bervariasi.

¹³ Sunarto, manajemen pemasaran 2 seri prinsip-prinsip pemasara. (yogyakarta: UST PRESS YOGYAKARTA,2016), 97-104

- b. Perilaku konsumsi tingkat sedang dalam tingkat ini konsumen membelanjakan uangnya untuk kebutuhan dan juga kesenangannya. Tetapi, tidak didasari dengan emosi yang menggebu untuk membeli barang yang tidak penting.

Tidak ada standarisasi baku yang secara global mengatur perilaku konsumsi tingkat sedang, karena kebiasaan konsumsi dapat sangat bervariasi antarbudaya dan antarnegara.

- c. Perilaku konsumen tingkat tinggi, pada tingkat ini melakukan pembelian karena emosi dan keinginan kesenangan, biasanya hal ini dilakukan karena gengsi dan untuk menjaga status sosialnya dan karena tergiur oleh harga rendah tetapi tidak mampu mengontrol diri. Dalam tingkat konsumsi seperti inilah yang dinamakan sifat konsumtif. Dalam tingkat konsumsi ini mulai membeli kebutuhan tersier/barang barang mewah.¹⁴

Standarisasi perilaku konsumsi tingkat tinggi dapat bervariasi tergantung pada konteks dan bidang tertentu. Dalam beberapa kasus, standar perilaku konsumsi tingkat tinggi dapat merujuk pada pedoman etika atau kebijakan yang mengatur cara konsumen berinteraksi dengan pasar atau lingkungan.

Dari beberapa kategori di atas, dapat diketahui sifat perilaku konsumen ada yang mampu membelanjakan hartanya secara hemat

¹⁴ James F. Engell, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Binapura Aksara, 1994), 383.

(sesuai kebutuhan saja), secara sehat (tidak berlebihan), dan juga bersifat hedonis/konsumtif (berlebihan).

4. Indikator Perilaku Konsumsi

Menurut Nugroho, indikator perilaku konsumen yaitu terdiri dari Sebelum membeli, Membeli dan Mengkonsumsi.¹⁵ Sementara menurut Solomon, indikator perilaku konsumen yaitu Merek Produk, Pengetahuan tentang Produk, Perasaan seseorang terhadap produk dan Kenyamanan Berbelanja Membandingkan harga suatu produk.¹⁶

Menurut Kotler, indikator perilaku konsumen adalah sebagai berikut: ¹⁷

a. Cognitive component

Kepercayaan konsumen dan persepsi tentang objek. Objek Yang dimaksud adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek atau produk, maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan menekankan bahwa kognitif sebagai bentuk atas kepercayaan akan terbentuk melalui pengetahuan, karena akan melalui proses mengetahui atribut dan manfaat yang mana mempengaruhi kepercayaan konsumen.

¹⁵ Nugroho J.Setiadi. 2019 Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen. Prenadamedia group

¹⁶ Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2009). Consumer Behavior in Fashion. Pearson/Prentice Hal 1.

¹⁷ Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.

b. Affective component

Emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai. Afektif juga mencerminkan motivasi yang mana seseorang akan mengalami dorongan emosi & fisiologis. Dalam pembelian impulsif (impulse purchase), perasaan (afektif) yang kuat akan diikuti dengan tindakan pembelian

c. Konatif component

Merefleksikan kecenderungan dan perilaku aktual terhadap suatu objek, yang mana komponen ini menunjukkan kecenderungan melakukan suatu tindakan, tindakan pada komponen konatif adalah keinginan berperilaku (behavioral intention), maka variabel tindakan pengujung dalam penelitian ini bisa diukur dengan indikator atas produk yang diinginkan atau dipilih konsumen.

Dengan demikian perilaku konsumsi terlihat dari produk itu sendiri hingga kepada minat para pembeli. Perilaku konsumsi juga tergantung seperti apa kebutuhan dan juga kesukaan para konsumennya, tetapi tidak menutup kemungkinan juga bahwa konsumen banyak yang membeli suatu produk atas dasar emosi sehingga tidak mempertimbangkan kegunaan dan kebutuhannya.

5. Dampak perilaku konsumsi

Perilaku konsumsi atau kegiatan konsumsi memiliki faktor-faktor yang dapat memengaruhi perbedaan atau tinggi rendahnya tingkat

konsumsi seseorang. Selain itu kegiatan konsumsi atau perilaku konsumsi memiliki aspek positif serta negatif jika dilihat melalui bagaimana individu atau rumah tangga mengkonsumsi suatu barang dengan berpegangan pada pedoman motif ekonomi serta prinsip ekonomi. Berikut penulis rangkum, mengenai aspek positif serta negatif dari perilaku konsumsi.

a. Dampak Positif dari Perilaku Konsumsi

Ada tiga aspek positif dari perilaku konsumsi, berikut ketiga aspeknya.

- 1) Dapat menjaga keberlangsungan siklus ekonomi bagi konsumen serta produsen.
- 2) Perilaku konsumsi dapat menyebabkan kegiatan ekonomi atau perekonomian menjadi lebih maju.
- 3) konsumsi membuat arus perputaran barang serta jasa menjadi lebih cepat sebagai konsekuensi atas tindakan dari konsumsi yang berkelanjutan.

Sedangkan, aspek positif dari perilaku konsumsi bagi produsen yaitu dapat meningkatkan produksi barang atau jasa yang dijual, sedangkan aspek positif perilaku konsumsi bagi konsumen merupakan pemenuhan kebutuhan hidup. Selain itu, sikap konsumtif dari konsumen dapat mendatangkan permintaan yang kemudian mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara.

b. Dampak negatif dari perilaku konsumsi

Seperti yang Anda ketahui, perilaku konsumsi juga memiliki aspek negatif, berikut tiga aspek negatif dari perilaku konsumsi yang telah penulis rangkum.

- 1) Sikap konsumtif maupun perilaku konsumsi dapat menyebabkan seorang individu menjadi tidak hemat atau boros.
- 2) sifat tidak hemat atau boros tersebut menyebabkan seorang individu dapat terjebak hutang piutang.
- 3) Perilaku konsumsi dapat menurunkan minat atau motivasi seseorang untuk menabung, sehingga mengakibatkan sumber dana investasi pada bank menurun.¹⁸

Itulah ketiga aspek positif serta negatif dari perilaku konsumsi atau kegiatan konsumsi, bijaklah ketika Anda melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun memenuhi hasrat Anda.

¹⁸ Wahyudi, *Dampak perilaku konsumsi* (2015), 3.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk kedalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang menggunakan informasi dari informan yang disebut sebagai responden, melalui alat pengumpulan data seperti angket, observasi, dan wawancara, dan lainnya. Dapat diartikan penelitian lapangan ini adalah bentuk penelitian yang memeriksa fenomena di lingkungan secara alami. Pendekatan ini berusaha untuk menginvestigasi sekelompok individu atau objek, suatu sistem pemikiran, atau suatu kejadian pada saat ini.

Penelitian ini dilakukan dengan langsung survey ke lapangan untuk mengetahui Dampak Gaya Hidup *Thrifting* Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang dilakukan secara terorganisir, faktual, dan akurat dengan merujuk pada makna, konsep, definisi, karakteristik, dan penguraian menyeluruh dari berbagai aspek.¹ Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini tidak terfokus pada angka.²Tujuan dari penelitian ini adalah

¹ Salim Dan Syahrums, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Cita Pustaka Media,2012).Pdf,” t.t., 28.

² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2016

untuk merinci deskripsi, menyajikan gambaran secara terstruktur, dan mengidentifikasi hubungan antara fenomena yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini peneliti berhasil mengumpulkan data yang akurat hal ini bisa dilihat pada hasil wawancara yang menjelaskan menjelaskan beberapa dari kejadian-kejadian yang digambarkan dengan kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati untuk diperoleh kesimpulan.³

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh.⁴Sumber data adalah informasi yang diperoleh oleh peneliti untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan dalam penelitian. Dalam konteks penelitian kualitatif, sumber data dapat berupa kata-kata, tindakan, dan dokumen. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung.⁵Adapun sumber data primer Pada penelitian ini adalah mahasiswa dari perguruan tinggi yang ada di metro. peneliti memilih perguruan tinggi yaitu Institut Agama Negeri Islam Metro, Institut Agama Islam Agus Salim Metro, Universitas Muhammadiyah Metro dan Universitas Ma'arif Lampung.

³ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 75.

⁴ Ibrahim, *metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 65.

⁵ Ibid, 71-72.

Peneliti menggunakan teknik snowball sampling karena memperhatikan pertimbangan tertentu yang kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Pertimbangan tersebut misalnya data yang didapatkan kurang dapat memenuhi kapasitas. Teknik snowball sampling yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data.⁶ Peneliti mengambil sampel sebanyak 3 orang di masing-masing Perguruan Tinggi dengan alasan karena populasi dengan jumlah yang banyak kemudian sulitnya mendapatkan informan yang beragam maka snowball sampling dapat memberikan data yang cukup untuk menganalisis. Dengan ketiga narasumber tersebut sudah bisa mempertimbangkan bagaimana perilaku konsumsi setiap Perguruan Tinggi.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang diberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau melalui dokumen.⁷ Sumber data sekunder biasanya diperoleh dari berbagai literatur-literatur dan beragam sumber lainnya seperti buku-buku, internet, jurnal ilmiah serta sumber-sumber lain yang berhubungan dan mendukung dengan penelitian ini.

⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta), 2017 hal. 218-219.

⁷ Zuchri Abdussamad, Metode Penelitian Kualitatif dan R&D., 142.

Sumber data sekunder ini diharapkan menjadi penunjang dan pelengkap data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam rangka mengumpulkan data, peneliti tidak hanya bergantung pada sumber data primer, tetapi juga dengan menggunakan data sekunder sebagai acuan teoritis yang bersumber dari studi pustaka. dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui pengumpulan data informasi dari buku-buku yang relevan dengan judul penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti diantaranya buku karangan Donni Juni Priansa dengan judul Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, buku karangan Agoes Parera dengan judul Pengantar Ilmu Ekonomi dan jurnal karangan Ririn Anggreini dan Sulis Mariyanti dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul” .

C. Teknik Pengumpulan Data

Langkah awal yang harus dilakukan oleh seorang peneliti dalam menjalankan penelitian adalah mengumpulkan data. Dalam melakukan Penelitian pasti memiliki tujuan yaitu untuk mengumpulkan informasi secara objektif, sehingga teknik pengumpulan data menjadi langkah yang sangat strategis, mengingat tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan informasi yang relevan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena yang sedang diteliti.

Dalam proses observasi, peneliti secara sistematis mencatat dan memperhatikan perilaku, kejadian, atau karakteristik tertentu yang terkait dengan objek penelitian. Pada penelitian ini yang menjadi fokus observasi peneliti yaitu perilaku konsumsi gen Z di perguruan tinggi Kota Metro.

Metode observasi ini dibagi menjadi dua kategori yaitu observasi partisipan dan observasi non-partisipan.⁸

- a. Observasi partisipan merupakan suatu bentuk pengamatan di mana peneliti secara aktif terlibat dalam bagian atau proses kehidupan subjek yang diamati.
- b. Observasi non-partisipasi adalah suatu proses yang berlangsung secara terpisah di mana pengamat tidak terlibat langsung dalam kehidupan subjek yang diamati.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi non partisipan. Metode ini digunakan untuk memperoleh data dampak gaya hidup *thrifting* dalam perilaku konsumsi gen Z di perguruan tinggi Kota Metro.

2. Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan selanjutnya yaitu wawancara. Pengertian Wawancara adalah pertemuan di mana dua orang berkumpul untuk bertukar informasi dan gagasan melalui tanya jawab.⁹ Pada penelitian ini menggunakan pendekatan wawancara campuran, yang menggabungkan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Dimana

⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2012), 310

⁹ Lexi J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja: Rosda Karya, 2009),

pelaksanaannya yang lebih bebas bertujuan untuk menemukan masalah secara terbuka dan meminta pendapat serta gagasan orang yang diwawancarai.

Adapun yang menjadi sasaran wawancara yaitu mahasiswa yang ada di perguruan tinggi kota metro yang menggunakan barang *thrifting*. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui informasi tentang dampak gaya hidup *thrifting* dalam perilaku konsumsi gen Z di perguruan tinggi Kota Metro.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yaitu rekaman peristiwa yang telah terjadi. Biasanya dokumen yang terapkan adalah mengobservasi berbagai objek tertulis seperti buku, majalah, catatan rapat, jurnal, dan hal-hal lainnya¹⁰. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil dokumen seperti bukti belanja produk *thrift*.

D. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan untuk menguji data dan memastikan bahwa penelitian itu benar-benar penelitian ilmiah. Moleong berpendapat dalam buku yang ditulis Wahyu Purhantara bahwa uji keabsahan data bisa ditentukan dengan metode triangulasi yang merupakan pendekatan dengan melibatkan perbandingan dan verifikasi tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh dari berbagai waktu dan alat dalam konteks penelitian kualitatif.¹¹

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. ke-13, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), 231.

¹¹ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 102.

Terdapat dua teknik pada uji keabsahan yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik karena data yang diperoleh oleh peneliti menggunakan pendekatan dengan cara teknik wawancara dan juga mengumpulkan sumber data yang telah ada, dengan Tujuan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang informasi.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data menjadi bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Ini biasanya dilakukan setelah data dari semua responden atau sumber data lainnya dikumpulkan.¹² Sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.

Miles & Hurbeman, berpendapat bahwa analisis data terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.¹³ Adapun pengertiannya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data melibatkan langkah-langkah pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang berasal dari catatan-catatan lapangan. Proses ini bertujuan mengubah data rekaman menjadi pola, fokus, dan inti permasalahan tertentu setelah pengumpulan data

¹² Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2010), 88.

¹³ Miles Dan Hurbeman, Analisis Data Kualitatif (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16

dilakukan. Sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Pada penelitian ini peneliti menerima data dari wawancara yang telah dilakukan kepada mahasiswa yang ada di perguruan tinggi Kota Metro. Data tersebut masih terbilang data mentah yang belum bisa langsung disajikan oleh sebab itu peneliti melakukan reduksi data.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya yaitu penyajian data. Pada penelitian kualitatif penyajian data dapat berupa dalam bentuk bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Teks naratif adalah cara yang paling umum untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif.

3. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap selanjutnya yaitu menarik kesimpulan. Kesimpulan awal yang dibuat hanyalah sementara dan akan berubah saat ditemukan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang dibuat pada tahap awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap valid. Dalam konteks ini, peneliti perlu mencapai suatu kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran yang diterima oleh subjek di lokasi penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari subjek yang diteliti. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode berfikir induktif. Berfikir induktif adalah Penarikan kesimpulan dari yang khusus ke yang umum didasarkan pada peristiwa, fakta, dan informasi.¹⁴ Data yang dihasilkan berupa informasi yang ada di lapangan mengenai dampak gaya hidup *thrifting* dalam perilaku konsumsi gen Z di perguruan tinggi Kota Metro.

¹⁴ Lexy J melong, Metodologi Penelitian Kualitatif, 257.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perguruan Tinggi di Kota Metro

1. Institut Agama Islam Negeri Metro

a. Profil IAIN Metro

Institut Agama Islam Negeri Metro (disingkat: IAIN Metro) merupakan sebuah institusi agama Islam yang terletak di Kota Metro, Provinsi Lampung. Pendirian IAIN Metro ini tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 71 Tahun 2016 yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo pada 1 Agustus 2016. Peraturan Presiden ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan, yaitu pada 3 Agustus 2016, oleh Menteri Hukum dan HAM Yasonna H. Laoly. Institut Agama Islam Negeri Metro merupakan peningkatan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo.

b. Lokasi

Kampus IAIN Metro yang terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara No.15A Iringmulyo di mana Kawasan Pendidikan kota (Wilayah Pendidikan) didirikan, adalah sering disebut sebagai salah satu yang paling strategis di kota Metro karena daerahnya penuh lembaga pendidikan dengan berbeda tingkat dan, oleh karena itu, sangat cocok untuk kegiatan akademik.

c. Visi Misi

Visi:

Menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang unggul dalam sinergi socio-eco-techno-preneurship berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.

Misi:

- 1) Membentuk sarjana yang memiliki pengetahuan keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat; dan
- 2) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat; dan
- 3) Melaksanakan sistem tata kelola manajemen kelembagaan yang berkualitas.

d. Sejarah Singkat

Tahun 1961 - 1997

Cikal bakal berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro di Kota Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan di Bandar Lampung. Pada tahun 1961 para tokoh agama dan tokoh masyarakat Lampung mendirikan Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) sebagai yayasan sosial yang bertujuan membangun rumah-rumah peribadatan umat Islam dan pendidikan Islam di wilayah Lampung. Yayasan ini diketuai oleh R Muhammad Sayyid.

Guna merealisasikan tujuan-tujuan YKIL tersebut, pada tahun 1963, pihak YKIL mengadakan musyawarah dengan Para Ulama Lampung dan aparat Pemerintah Daerah, yang pada intinya membahas tentang pengadaan sarana dan prasarana pendidikan tinggi agama Islam bagi masyarakat. Dari hasil musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan Yayasan tersebut.

Sebagai kelanjutan, maka pada tanggal 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk. Pada kesempatan ini ditetapkan pula perubahan dan pengesahan fakultas di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK Presiden No.11 tahun 1997 tertanggal 21 Maret 1997 Masehi bertepatan dengan tanggal 12 Dzulqaidah 1417 Hijriyah, yang selanjutnya tanggal tersebut dijadikan sebagai Hari Milad STAIN Jurai Siwo Metro.

Sejalan dengan perubahan status tersebut Drs. Zakaria Zakir yang saat menjabat sebagai Dekan Fakultas Tarbiyah mengajukan lima nama STAIN Metro yaitu, STAIN Raden Imba Kusuma, STAIN Lampung, STAIN Jurai Siwo, STAIN A. Yasin, dan STAIN Sosrodarmo. Berdasarkan saran Bupati (saat itu Drs. Herman Sanusi) maka ditetapkan nama STAIN Metro adalah STAIN Jurai Siwo Metro

mengingat STAIN ini berada di Lampung Tengah yang memiliki tradisi dan budaya "Sembilan Marga Penyibang".

Sebagai tindak lanjut dari Keppres 1997 di atas, maka pada tanggal 30 juni 1997 secara serentak diresmikan 33 STAIN dan ketuanya dijabat oleh Dekan masing-masing sebagai Pejabat Sementara Ketua.

Tahun 1997 – 2016

Penataan-penataan demi penataan kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo Metro semakin hari semakin ditingkatkan. Sejalan dengan dinamika kehidupan kampus sejak 1997 juga dibuka jurusan baru yakni Jurusan Syari'ah yang saat itu hanya satu prodi yaitu Ahwal Syakhshiyah pada tahun 1999. Masa ini dikenal dengan istilah passing out karena sejak tahun 1997 STAIN Metro sudah tidak berada di bawah IAIN Raden Intan lagi. STAIN Metro diharapkan mampu memberikan hal yang baik bagi kemajuan di segala bidang di Lampung serta khususnya di Kota Metro yang merupakan kota pendidikan.

Hingga tahun 2006 STAIN Metro sudah meluluskan mahasiswanya sebanyak 1.339 orang. Sebagian besar dari alumninya menjadi pegawai negeri sipil, pegawai bank swasta (syari'ah) dan wiraswasta. Pada penerimaan Mahasiswa Baru tahun ajaran 2006-2007, prodi D3 Bahasa Inggris ditambah dengan 2 prodi baru, yakni S1 Bahasa Inggris dan D4.

Dibandingkan periode-periode sebelumnya, sejak dipimpin Prof. Dr. Syarifudin Basyar, M.Ag. pada tahun 2007, satu-satunya kampus negeri di Kota Metro ini mulai mengalami kemajuan signifikan dan menjadi kampus Islam yang diminati calon mahasiswa dari berbagai daerah, baik dari Lampung maupun luar Lampung. STAIN berkembang dan melahirkan lulusan sarjana Islam yang siap berkompetensi dalam segala bidang.

Nama STAIN Jurai Siwo Metro pun mulai dikenal di berbagai lapisan masyarakat. Hal ini terbukti dengan meningkatnya calon mahasiswa yang mendaftar di STAIN setiap tahun beriringan dengan prestasi STAIN sebagai kampus yang bisa diandalkan dan mampu membangun kompetensi mahasiswa. Terbukti, banyak mahasiswa yang meraih juara dalam setiap kompetisi antar kampus, baik dalam bidang pendidikan maupun bidang minat dan bakat seperti olahraga, seni budaya, jurnalistik, serta di bidang-bidang lainnya.

Tahun 2010 adalah tahun persiapan alih status STAIN menjadi IAIN. Saat ini civitas akademika STAIN Jurai Siwo Metro dengan berbagai upaya berusaha menjadi perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam pengkajian dan pengembangan ilmu, seni dan budaya keislaman. Sebagai bukti dari upaya tersebut, STAIN Jurai Siwo Metro yang dalam beberapa tahun terakhir, mengalami perkembangan pendaftaran mahasiswa baru yang cukup signifikan dengan persentase kenaikan tiap tahunnya sekitar 75%. Begitu juga dengan penyesuaian

bidang pembangunan fisik masjid, gedung-gedung kuliah dan gedung Laboratorium STAIN Metro., perkembangan teknologi Informasi dan system pembelajaran dalam jaringan.

Pengembangan lain dengan bertambahnya lahan sekitar 3,5 ha yang rencananya untuk pengembangan ma'had dan Kampus II STAIN Metro. Percepatan pembangunan fisik bangunan tersebut merupakan upaya dan sekaligus persiapan STAIN untuk beralih status menjadi IAIN Jurai Siwo Metro yang merupakan pusat pengembangan pendidikan, teknologi, ilmu seni dan budaya keislaman.

Alih status STAIN Jurai Siwo Metro ke IAIN Metro sudah diajukan sejak tahun 2010 dan direncanakan bisa terealisasi pada 2012 tahun depan. Musyawarah alumni juga menjadi salah satu syarat administrasi alih status STAIN ke IAIN. Hal ini sudah lama dilakukan pada masa kepemimpinan Prof. Dr. Syarifudin Basyar, M.Ag. dengan mengundang seluruh alumni dari semua angkatan dalam acara reuni akbar pada Sabtu, 28 Juli 2010 lalu.

Akhirnya, keinginan alih status dari STAIN Jurai Siwo Metro ke IAIN Metro ini bisa terwujud pada tahun 2016 dengan dikeluarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 71 Tahun 2016 yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo pada 1 Agustus 2016. Peraturan Presiden ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan, yaitu pada tanggal 3 Agustus 2016, oleh Menteri Hukum dan HAM Yasonna H. Laoly.

e. Fakultas dan Program Studi

1) Fakultas Tarbiyah

- a) S-1 Pendidikan Agama Islam (PAI)
- b) S-1 Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
- c) S-1 Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD)
- d) S-1 Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI)
- e) S-1 Tadris Bahasa Inggris (TBI)
- f) S-1 Tadris Biologi (TB)
- g) S-1 Tadris IPS (TI)
- h) S-1 Tadris Matematika (TM)

2) Fakultas Syari'ah

- a) S-1 Hukum Keluarga Islam (HKI)
- b) S-1 Hukum Ekonomi Syari'ah (HESy)
- c) S-1 Hukum Tata Negara Islam (HTNI)

3) Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

- a) S-1 Bahasa dan Sastra Arab (BSA)
- b) S-1 Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
- c) S-1 Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)

4) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- a) S-1 Ekonomi Syari'ah (ESy)
- b) S-1 Akuntansi Syari'ah (AKS)
- c) S-1 Manajemen Haji dan Umroh (MHU)
- d) S-1 Perbankan Syari'ah (PBS)

- 5) Program Pascasarjana Magister
 - a) S-2 Pendidikan Agama Islam (PAI)
 - b) S-2 Hukum Keluarga Islam (HKI)
 - c) S-2 Pendidikan Bahasa Arab (PBA)
 - d) S-2 Ekonomi Syariah (ESy)¹

2. Institut Agama Islam Agus Salim Metro

a. Profil IAI Agus Salim

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Agus Salim Metro Lampung sebagai salah satu dari bagian sistem pendidikan nasional memiliki fungsi yang sama. Apalagi sebagai lembaga pendidikan tinggi yang menyiapkan tenaga pendidikan, memiliki nilai amat strategis. Hal ini disebabkan keberadaan Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Agus Salim Metro Lampung bukan hanya sebagai objek namun sekaligus sebagai subjek, yang akan menghasilkan alumni-alumni yang berperan dalam mencapai tujuan pembangunan bangsa secara profesional.

b. Lokasi

Kampus IAI Agus Salim Metro yang terletak di Jl. Jenderal Sutowo No.7, Metro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung di mana Kawasan Pendidikan kota (Wilayah Pendidikan) didirikan, adalah sering disebut sebagai salah satu yang paling strategis di kota Metro karena daerahnya penuh lembaga pendidikan dengan berbeda tingkat dan, oleh karena itu, sangat cocok untuk kegiatan akademik.

¹ <https://www.metrouniv.ac.id>

c. Visi Misi

“Menjadi Perguruan Tinggi Rujukan dalam Wawasan Keislaman Berbasis Multikultural dan Entrepreneurship Syari’ah”

Misi:

- 1) Menyelenggarakan Pendidikan Islam yang kompetitif, inovasi, kreatif, serta terintegrasi pada wawasan Multikultural dan Entrepreneurship Syari’ah.
- 2) Melaksanakan penelitian yang relevan pada bidang keilmuan Islam dengan mengkolaborasikan pada prinsip-prinsip Multikultural dan Entrepreneurship Syari’ah.
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset dengan memanfaatkan teknologi tepat guna dengan menginternalisasikan nilai-nilai keislaman, Multikultural dan Entrepreneurship Syari’ah.
- 4) Melaksanakan kerjasama berbasis hasil pada tingkat regional, Nasional, dan Internasional, yang berorientasi pada penyelenggaraan tridharma dan rekognisi civitas akademika perguruan tinggi.

d. Sejarah Singkat

Periode Perintisan

STIT Agus Salim Metro berdiri atas surat keputusan rektor IAIN Syarif Hidayatullah/ Koordinator Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta Kopertais wilayah I jakarta, tangerang dan Lampung,

Ijin Operasional Nomor SK 15 Tahun 1987 tentang pemberian izin operasional Fakultas Tarbiyah Perguruan Tinggi Agus Salim Metro Lampung yang merupakan satu mata rantai sejarah perkembangan perguruan tinggi Islam Indonesia dalam menjawab kebutuhan pendidikan tinggi Islam modern. Kebutuhan akan tenaga fungsional di Departemen Agama menjadi latar belakang penting berdirinya perguruan tinggi agama Islam.

Komposisi mata kuliah pada waktu itu terdiri dari Filsafat Pendidikan, Tafsir, Hadits, Fiqih, Ilmu Pendidikan, Evaluasi Pendidikan, Ilmu Jiwa Umum, Ilmu Jiwa Agama, Perencanaan Pengajaran, Pengelolaan Pengajaran, Media pengajaran, Metodologi Penelitian. Mahasiswa yang lulus tingkat 5 masing-masing mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Islam (SPd.I) Komposisi mata kuliah PTKI tersebut merupakan kajian utama perguruan tinggi Islam yang terus berlanjut sampai masa-masa berikutnya. Dan gelar akademik yang ditawarkan juga terus bertahan sampai saat ini.

Periode Fakultas

Dalam perjalanan satu dekade, STIT Agus Salim Metro memperlihatkan perkembangan menggembirakan. Jumlah mahasiswa STIT Agus Salim semakin banyak dengan area of studies yang semakin luas. Meningkatnya jumlah mahasiswa dan meluasnya area of studies, menuntut perluasan dan penambahan, baik dari segi kapasitas kelembagaan, fakultas dan jurusan, maupun komposisi mata

kuliah. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, STIT Agus Salim diintegrasikan menjadi satu lembaga pendidikan tinggi agama Islam swasta. Integrasi terlaksana dengan keluarnya Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 196 Tahun 1989 Tentang pemberian status Terdaftar Program Strata I (SI) Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Agus Salim Jurusan Pendidikan Agama Islam . Berdasarkan SK Pengurus Yayasan Pendidikan Islam Lampung Nomor: 511/II-1/YPI/LT/A/1986.

Periode Jurusan

STIT Agus Salim Metro memiliki komitmen mengembangkan inner quality dalam bentuk kesalehan di kalangan sivitas akademika. Kesalehan yang bersifat individual (yang tercermin dalam tema hablaminallah) dan kesalehan sosial (yang tercermin dalam tema hablamin al-nas) merupakan basis bagi sivitas akademika STIT Agus Salim Metro dalam membangun relasi sosial yang lebih luas. Integrity mengandung pengertian bahwa sivitas akademika STIT Agus Salim Metro merupakan pribadi yang menjadikan nilai-nilai etis sebagai basis dalam pengambilan keputusan dan perilaku sehari-hari. Pemberian status diakui di tandai dengan keluarnya SK Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor E/60/97 tentang Pemberian Status Diakui Pada Program Studi Strata Satu (S1) Jurusan Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Agus Salim Metro Lampung. STIT Agus Salim Metro

memiliki kepercayaan diri sekaligus menghargai kelompok-kelompok lain,. terkandung sebuah spirit untuk mewujudkan kampus madani, sebuah kampus yang berkeadaban, dan menghasilkan alumni yang memiliki kedalaman dan keluasan ilmu, ketulusan hati, dan kepribadian kokoh.

Usaha mencerdaskan umat manusia merupakan salah satu pilar utama dakwah islamiyah yang bernilai universal, dan bahwa Pondok Pesantren dalam sejarah bangsa Indonesia nyata-nyata terbukti melaksanakan dakwah Islamiyah melalui kegiatan ta'lim nya dalam konteks kebangsaan (khubbul wathan), melahirkan generasi cerdas, religius dan nasionalis sebagai pelopor kemerdekaan bangsa Indonesia. Maka sudah selayaknya misi luhur ulama-pesantren harus tetap dikembangkan dalam perwujudan cita-cita bangsa, melalui pendidikan tinggi Islam.

Bahwa pembangunan nasional pendidikan berfungsi mengembangkan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Demikian halnya Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Agus Salim Metro Lampung sebagai salah satu dari bagian sistem pendidikan nasional memiliki

fungsi yang sama. Apalagi sebagai lembaga pendidikan tinggi yang menyiapkan tenaga pendidikan, memiliki nilai amat strategis. Hal ini disebabkan keberadaan Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Agus Salim Metro Lampung bukan hanya sebagai objek namun sekaligus sebagai subjek, yang akan menghasilkan alumni-alumni yang berperan dalam mencapai tujuan pembangunan bangsa secara profesional.

e. Fakultas dan Prodi

1) Fakultas Tarbiyah

- a) Pendidikan Agama Islam (S1)
- b) Manajemen Pendidikan Islam (S1)
- c) Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (S1)

2) Fakultas Ekonomi Bisnis Islam dan Syariah

- a) Ekonomi Syariah (S1)
- b) Hukum Keluarga Islam (S1)²

3. Universitas Muhammadiyah Metro

a. Profil UM Metro

Universitas Muhammadiyah Metro merupakan salah satu universitas swasta di provinsi Lampung yang berada dalam naungan amal usaha dan amal usaha Muhammadiyah di bidang pendidikan tinggi yang dijiwai dan dilandasi nilai-nilai Islam dan Kemuhammadiyahan pada tataran idiologis-filosofis. Pada mulanya

² <https://www.iai-agussalimmetro.ac.id>

merupakan pengintegrasian dari Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Muhammadiyah Metro, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Muhammadiyah Metro, Sekolah Tinggi Teknik (STT) Muhammadiyah Metro dan Sekolah Tinggi Ilmu Ushuludin Muhammadiyah Metro.

b. Lokasi

UM Metro memiliki empat kampus yang berlokasi di Jl. Ki Hajar Dewantara No.116, Iringmulyo, Kec. Metro Tim., Kota Metro, Lampung (Kampus 1), Jln. Ki Hajar Dewantara, 38 Banjar Rejo, Lampung Timur – Lampung (Kampus 2), Jl. Gatot Subroto No.100, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro – Lampung (Kampus 3), dan Jalan Proklamasi, Ganjaragung, Metro Barat, Kota Metro – Lampung (Kampus 4).

c. Visi Misi

VISI

“Pusat Keunggulan Profetik Profesional, Modern dan Mencerahkan”

MISI

- 1) Bidang Pendidikan : Mengembangkan sistem akademik yang prima, modern, dan unggul untuk menghasilkan SDM yang memiliki keilmuan profetik profesional melalui kajian keIslaman tematik yang berorientasi pada IPTEKS dan berwawasan lingkungan;

- 2) Bidang Penelitian : Mengembangkan Sistem Kelembagaan Penelitian dan SDM yang Prima untuk menghasilkan Riset Keilmuan berbasis nilai-nilai al Islam, Kemuhammadiyah yang aplikatif dengan dunia usaha dan industri;
- 3) Bidang Pengabdian kepada Masyarakat : Mengembangkan Sistem kelembagaan dan SDM yang Prima melalui peningkatan Komitmen dan Kompetensi Pengabdian dalam membangun jejaring untuk menghasilkan teknologi tepat guna yang memberikan solusi terhadap kebutuhan Masyarakat;
- 4) Bidang Al Islam dan Kemuhammadiyah dan Kerja Sama :Mewujudkan atmosfer kampus yang bercitra Islami melalui riset dan aktualisasi keislaman dan kemuhammadiyah untuk membangun insan kamil.

Mengembangkan kelembagaan Kerjasama Nasional dan Internasional untuk memperluas Jejaring Mitra yang produktif dan Berkelanjutan.

d. Sejarah Singkat

Perguruan Tinggi Muhammadiyah adalah amal usaha Muhammadiyah di bidang pendidikan tinggi yang dijiwai dan dilandasi nilai-nilai Islam dan Kemuhammadiyah pada tataran ideologis-filosofis ataupun praktis aplikatif serta menjadi salah satu kekuatan untuk kelangsungan dan kesinambungan Muhammadiyah dalam mencapai tujuannya sebagai gerakan dakwah dan tajdid yang

melintasi zaman. Universitas Muhammadiyah Metro sebagai bagian dari keluarga besar Perguruan Tinggi Muhammadiyah harus mampu menjawab tantangan masa depan tersebut dengan melaksanakan tugas, fungsi, dan peran sebaik-baiknya.

Keberadaan Universitas Muhammadiyah Metro (UM Metro) merupakan langkah merger (penggabungan) dari: (1) Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Metro, (2) Sekolah Tinggi Ekonomi Muhammadiyah Metro, (3) Sekolah Tinggi Teknik Muhammadiyah Metro, dan (4) Sekolah Tinggi Ushuluddin Muhammadiyah Metro. Keempat Sekolah Tinggi tersebut telah memperoleh status terdaftar, bahkan beberapa program studinya telah ada yang diakui dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 1990. Setelah merger, keempat Sekolah Tinggi tersebut selanjutnya menjadi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Teknik (FT) serta Fakultas Ushuluddin (FU), dalam perkembangan selanjutnya Fakultas Ushuluddin menjadi Fakultas Agama Islam (FAI). Untuk mengantisipasi kebutuhan tenaga profesional di masyarakat, maka tahun akademik 1997/1998 dikembangkan program Diploma Tiga (D-3) Manajemen Informatika Komputer, dan pada tahun akademik 2002/2003 dibuka Fakultas Hukum dan kemudian secara berturut-turut Program studi Pendidikan Bahasa Inggris dan Diploma 3 Akuntansi, Manajemen Keuangan dan Perbankan.

Selanjutnya perkembangan empat tahun terakhir arah perkembangan pada peningkatan jenjang strata program yang dikelola. Mulai tahun 2012 dibuka Program Pascasarjana S2 Pendidikan Biologi, tahun 2013 dibuka Program Studi S2 Manajemen, dan tahun 2014 dibuka Program Studi S2 Manajemen Pendidikan.

Lalu pada tahun 2017, UM Metro kembali membuka tiga program studi secara bersamaan yakni Program S1 Ilmu Komputer, Manajemen Pendidikan Islam dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Pada tahun yang sama, UM Metro membuka fakultas baru yang diberi nama Fakultas Ilmu Komputer dengan menaungi 2 Prodi yakni Prodi Ilmu Komputer dan D3 Manajemen Informatika yang kemudian berganti nama menjadi D3 Sistem Informasi.

Pada Tahun 2019, UM Metro memperoleh izin pembukaan Pendidikan Profesi Guru (PPG) untuk dua Program Studi yakni Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Program Studi Pendidikan Sejarah. selanjutnya tahun 2020 hadir Prodi D3 Fisioterapi yang disusul dengan izin pendirian Prodi S1 Administrasi Rumah Sakit dan S1 Pendidikan Guru Sekolah Dasar di tahun 2022. Pada Tahun 2023, UM Metro juga kembali menambah empat Prodi baru yakni Prodi S2 Pendidikan IPA, S2 Pendidikan Matematika, S2 Hukum, dan S1 Sains Biomedis.

- e. Fakultas dan Program Studi
 - 1) Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan
 - a) Bimbingan dan konseling (S1)
 - b) Pendidikan ekonomi (S1)
 - c) Pendidikan sejarah (S1)
 - d) Pendidikan matematika (S1)
 - e) Pendidikan biologi (S1)
 - f) Pendidikan fisika (S1)
 - g) Pendidikan bahasa inggris (S1)
 - h) Pendidikan guru sekolah dasar (S1)
 - 2) Fakultas Teknik
 - a) Teknik mesin (S1)
 - b) Teknik sipil (S1)
 - 3) Fakultas Agama Islam
 - a) Pendidikan agama islam (S1)
 - b) Komunikasi dan penyiaran islam (S1)
 - c) Pendidikan islam anak usia dini (S1)
 - 4) Fakultas Ilmu Kesehatan
 - a) Administrasi rumah sakit (S1)
 - b) Fisioterapi (D3)
 - c) Sains biomedis (S1)
 - 5) Fakultas Hukum
 - a) Hukum (S1)

- 6) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 - a) Manajemen (S1)
 - b) Akuntansi (D3 dan S1)
 - c) Perbankan dan keuangan (D3)
 - d) Kewirausahaan (S1)
- 7) Fakultas Ilmu Komputer
 - a) Ilmu komputer (S1)
 - b) Sistem informasi (D3)
- 8) Program Pascasarjana Magister
 - a) Pendidikan biologi (S2)
 - b) Manajemen (S2)
 - c) Administrasi pendidikan (S2)
 - d) Hukum (S2)
 - e) Pendidikan IPA (S2)
 - f) Pendidikan Matematika (S2)
 - g) Bimbingan & konseling (S2)
- 9) Program Profesi
 - a) Pendidikan sejarah
 - b) Pendidikan ekonomi ³

4. Universitas Ma'arif Lampung

a. Profil UMALA

Berbicara tentang perguruan tinggi Nahdlatul Ulama di Lampung tidak akan bisa terlewatkan untuk menyebut Universitas

³ <https://ummetro.ac.id>

Ma'arif Lampung (UMALA) Metro. Perguruan Tinggi milik NU ini menjadi satu di antara sekian banyak perguruan tinggi favorit warga NU Lampung untuk memperdalam berbagai bidang keilmuan, baik agama maupun umum.

b. Lokasi

Terletak di Jalan RA Kartini Purwosari Metro Utara, IAIM NU Metro memiliki tiga fakultas yakni Fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah, Fakultas Tarbiyah, dan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Saat ini, perguruan tinggi yang diselenggarakan oleh Lembaga Pendidikan Ma'arif NU ini sudah memiliki satu program pascasarjana dengan jurusan Pendidikan Agama Islam.

c. Visi Misi

Visi

Unggul, berwawasan global dan berkarakter Islam Ahlussunnah Wal Jama'ah An Nahdliyah pada tahun 2037.

Misi :

- 1) Menghasilkan sarjana yang memiliki keilmuan integral.
- 2) Memberikan dasar-dasar akhlak terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta melakukan pembinaan moral keagamaan;
- 3) Menghasilkan sarjana yang memiliki kemandirian dan daya saing
- 4) Melakukan pengembangan keilmuan melalui penelitian

5) Memberikan kontribusi dan keteladanan dalam kehidupan masyarakat atas dasar nilai Islam Ahlus Sunnah wal Jama'ahan Nahdliyah.

d. Sejarah Singkat

Perguruan Tinggi yang diselenggarakan oleh Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Kota Metro ini semula didirikan oleh beberapa tokoh Nahdlatul Ulama dengan ketua Bapak Hasan Afdi pada tanggal 27 April Tahun 1987 dengan nama "Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah (STIS) Al-Asy'ari. Selanjutnya, berdasarkan Keputusan Rapat yang diselenggarakan tanggal 14 Oktober 1990, kepemimpinan diserahkan kepada Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Lampung Tengah yang sekarang menjadi Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Kota Metro dengan perubahan nama STIS Ma'arif Metro Lampung Tengah.

Tahap berikutnya, Lembaga Pendidikan Ma'arif mengajukan izin operasional melalui rekomendasi Kopertis Wilayah I Jakarta dan diberikan izin operasional melalui keputusan Departemen Agama Republik Indonesia : SK Nomor 39/92 dengan status Terdaftar dengan Program Studi "Peradilan Agama". Selanjutnya pada tahun 1996 diajukan perubahan nama dan penambahan jurusan berdasarkan keputusan Menteri Agama No. 263 tahun 1996 dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ma'arif Metro Lampung dengan program strata satu (S1) Jurusan Syari'ah program studi Ahwal Al-

Syakhshiyah (AS) dan Jurusan Tarbiyah Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI). Dan saat ini sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 3531 tahun 2013, beralih status Menjadi Institut Agama Islam Ma'arif NU (IAIMNU) Metro Lampung dan sekarang berdasarkan surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 1332 Tahun 2022 telah bertransformasi menjadi Universitas Ma'arif Lampung. Dilengkapi 3 Fakultas Yaitu (1). Fakultas Syariah, (2) . Fakultas Tarbiyah dan (3). Fakultas Ushuluddin dan dakwah dan 1 Program Pascasarjana.

e. Fakultas dan Program Studi

1) Fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah

- a) Prodi Ahwal Al Syakhshiyah (S1)
- b) Prodi Perbankan Syariah (S1)
- c) Prodi Hukum Ekonomi Syariah (S1)

2) Fakultas Tarbiyah

- a) Prodi Pendidikan Agama Islam (S1)
- b) Prodi Pendidikan Bahasa Inggris (S1)
- c) Prodi Pendidikan Bahasa Arab (S1)
- d) Prodi Pendidikan Matematika (S1)
- e) Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (S1)
- f) Prodi Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam (S1)
- g) Prodi Pendidikan Islam Anak Usia Dini (S1)

3) Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah

- a) Prodi Ilmu Al Quran dan Tafsir (S1)

- 4) Program Pascasarjana
 - a) Pendidikan Agama Islam (S2)
 - b) Ekonomi Syariah (S2)⁴

B. Penyajian Data

Produk *thrifting* saat ini banyak digemari oleh Gen Z, khususnya pada mahasiswa di Perguruan Tinggi Kota Metro. Produk *hrifting* pastinya memiliki dampak, baik itu dampak positif ataupun negatif. Adanya gaya hidup *thrifting* yang sering digunakan oleh Gen Z akan terlihat dampaknya melalui bagaimana perilaku konsumsinya.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan beberapa Mahasiswa dari IAIN Metro, IAI Agus Salim Metro, UM Metro, dan UMALA untuk menanyakan perihal yang berkaitan dengan dampak gaya hidup *thrifting* dalam perilaku konsumsi Gen Z. Berikut adalah hasil wawancara yang peneliti peroleh setelah melakukan wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro sebagai berikut:

Peneliti mencoba melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa, menanyakan apakah mereka menggunakan produk *thrifting*? Ica menuturkan:

“iya saya pakai”⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa mereka juga memakai produk *thrifting*.⁶

⁴ <https://umala.ac.id>

⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, yang sudah peneliti lakukan di IAIN Metro. Peneliti juga menggali informasi kepada mahasiswa IAI Agus Salim Metro dan menanyakan hal yang sama kepada saudari Caca, beliau menuturkan :

“iya si saya pengguna *thrifting*.”⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa mereka juga memakai produk *thrifting*.⁸

Selanjutnya peneliti menanyakan hal yang sama kepada Mahasiswa UM Metro dengan saudari Delia menuturkan :

“kalau saya si suka beli produk *thrifting* ya.”⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa mereka juga memakai produk *thrifting*.¹⁰

Peneliti juga menggali informasi dari Perguruan Tinggi lainnya yaitu Mahasiswa dari UMALA yang bernama Mala, menuturkan :

“iya saya pemakai barang *thrifting*”¹¹

⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhella dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹¹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa mereka juga memakai produk *thrifting*.¹²

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menyatakan bahwa mahasiswa di Perguruan Tinggi Kota Metro adalah pengguna barang *thrifting*. Dari beberapa mahasiswa yang sudah peneliti wawancarai yang berasal dari Perguruan Tinggi yang berbeda mereka mengakui bahwa sering menggunakan barang *thrifting*.

Lalu peneliti kembali menggali data mengenai produk *thrifting* apa yang sering dibeli? Secara jelas Ica sebagai Mahasiswa IAIN Metro mengatakan:

“biasanya kalau saya suka beli produk seperti baju dan celana”¹³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa barang *thrifting* yang sering dibeli adalah berupa produk fashion pakaian seperti baju, celana, dan rok.¹⁴

Menguatkan hasil wawancara diatas, Caca selaku Mahasiswa IAI Agus Salim menuturkan :

“saya sering beli itu baju atasan tangan panjang dan rok karena biar bisa untuk kuliah.”¹⁵

¹² Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

¹³ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa barang *thrifting* yang sering dibeli adalah berupa produk fashion pakaian seperti baju, celana, dan rok.¹⁶

Lalu Delia sebagai Mahasiswa UM Metro juga menuturkan:

“saya pribadi suka beli produk fashion ya seperti baju, celana, juga rok.”¹⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa barang *thrifting* yang sering dibeli adalah berupa produk fashion pakaian seperti baju, celana, dan rok.¹⁸

Selanjutnya jawaban dari Mahasiswa UMALA yaitu saudari Mala menuturkan :

“saya sering beli berupa pakaian seperti baju sama celana kadang juga rok.”¹⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa barang *thrifting* yang sering dibeli adalah berupa produk fashion pakaian seperti baju, celana, dan rok.²⁰

¹⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁸ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhella dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

²⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa produk *thrifting* yang sering dibeli oleh Gen Z adalah produk fashion seperti baju, celana dan juga rok. Pendapat dari beberapa mahasiswa yang berasal dari Perguruan Tinggi yang berbeda ternyata memiliki jawaban yang sama mengenai produk yang sering dibeli.

Selanjutnya, peneliti kembali menggali data tentang berapakah penghasilan anda dalam sebulan? Ica menuturkan:

“kalau untuk penghasilan saya masih dari orang tua ya kak, dan itu juga gak pasti dikasih berapa, tapi seringnya sekitar Rp.1.500.000 per bulan”²¹

Untuk menguatkan hasil wawancara di atas, maka peneliti menanyakan hal yang sama kepada Risky Dwi dan Tiara , bahwa mereka mendapatkan penghasilan dari orang tua dengan jumlah nominal yang tidak pasti.²²

Jawaban lain juga dikatakan oleh mahasiswa dari IAI Agus Salim, Caca menuturkan :

“saya kan belum kerja ya kak, jadi masih mengandalkan pemberian dari orang tua, sebulan kira-kira Rp. 1.200.000.”²³

Untuk menguatkan hasil wawancara di atas, maka peneliti menanyakan hal yang sama kepada mahasiswa IAI yaitu, Anandhita dan salsa, bahwa mereka mendapatkan penghasilan dari orang tua dengan jumlah nominal yang tidak pasti juga.²⁴

²¹ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

²² Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

²³ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

²⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

Pendapat lain juga dikatakan oleh mahasiswa dari UM Metro, Delia menuturkan:

“saya sebagai mahasiswa hanya mendapat dari orang tua saja dan itu pun diberikan tiap minggu ya kak bukan tiap bulan, untuk seminggu sekitar Rp.350.000 tinggal dikalikan saja.”²⁵

Untuk menguatkan hasil wawancara di atas, maka peneliti menanyakan hal yang sama kepada mahasiswa yaitu, Dhella dan Meli, bahwa mereka masih mendapatkan penghasilan yang tidak menentu dari orang tuanya.²⁶

Selanjutnya, pendapat lain dikatakan oleh mahasiswa dari UMALA, saudari Mala menuturkan:

“kalau saya masih dari orang tua, dan karna saya anak kos jadi sebulan dikirim kurang lebih Rp.2.500.000 , Tapi itu juga untuk pegangan kalau ada kebutuhan darurat.”²⁷

Untuk menguatkan hasil wawancara di atas, maka peneliti menanyakan hal yang sama kepada mahasiswa yaitu, Fani dan Nurul, bahwa pendapatan mereka tidak menentu yang berasal dari orang tuanya.²⁸

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa mereka mendapatkan penghasilan bersumber dari orang tua dengan nominal yang berdeda-beda.

Lalu peneliti menggali kembali dengan bertanya berapa pengeluaran yang anda keluarkan untuk membeli barang *thrifting* setiap satu bulan?, Ica menuturkan:

²⁵ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

²⁶ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhella dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

²⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

²⁸ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

“tidak tentu, karena kalau saya suka ya saya beli, dan gak pasti juga kapan belanjanya.”²⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa tidak menentukan berapa jumlah belanja dalam sebulan dan untuk nominal pengeluaran tidak ditentukan.³⁰

Jawaban lain juga dikatakan oleh Caca sebagai mahasiswa IAI Agus Salim bahwa:

“saya nggak tentu kalau mau belanja dan tidak dibatasi juga harus habis sekian kalau uang cukup dan saya suka ya saya beli.”³¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa tidak menentukan berapa jumlah belanja dalam sebulan dan untuk nominal pengeluaran tidak ditentukan.³²

Jawaban lain juga dikatakan oleh Mahasiswa UM Metro, Delia menuturkan:

“saya si tidak ada patokan berapa berapa ya, tergantung keinginan saja.”³³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa Dhella dan Meli, mereka mengatakan

²⁹ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

³⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

³¹ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

³² Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

³³ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

bahwa tidak menentukan berapa jumlah belanja dalam sebulan dan untuk nominal pengeluaran tidak ditentukan.³⁴

Jawaban lainnya juga dikatakan oleh saudari Mala, mahasiswa dari UMALA yaitu :

“kalau saya gak tentu ya kak, saya belanja dan beli kalau saya mau aja, dan ga pasti habis berapa.”³⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa Fani dan Nurul, mereka mengatakan hal yang sama bahwa tidak menentukan berapa jumlah belanja dalam sebulan dan untuk nominal pengeluaran tidak ditentukan.³⁶

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa para mahasiswa atau Gen Z tidak memiliki patokan untuk pengeluaran membeli produk *thrifting*. Mereka mengatakan bahwa berbelanja sesuai dengan keinginan saja dan tidak dibatasi berapa nominal yang harus dikeluarkan.

Lalu peneliti menggali kembali apakah anda selalu mengikuti trend fashion?, Ica menuturkan :

“jujur si iya ya, karena ya apalagi sekarang media sosial banyak konten tentang fashion kan jadi kalo lagi jaman pakai model A ya pasti pengen juga.”³⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa mereka suka mengikuti trend fashion yang ada.³⁸

³⁴ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

³⁵ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

³⁶ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

³⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

Pendapat lain dikatakan oleh mahasiswa IAI Agus Salim bernama Caca dengan hasil sebagai berikut :

“Sebenarnya tidak terlalu mengikuti trend tapi kalau ada suatu model fashion dan saya suka ya saya akan ngikutin juga.”³⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa mereka ada ketertarikan mengikuti trend fashion yang ada.⁴⁰

Pendapat lain juga dikatakan oleh Delia selaku Mahasiswa UM Metro sebagai berikut :

“sering si, karena kita juga sebagai anak muda pasti pengen berpenampilan sesuai zaman ya.”⁴¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa mereka suka mengikuti trend fashion yang ada.⁴²

Pendapat lain dikatakan oleh mahasiswa UMALA bernama Mala dengan hasil sebagai berikut :

“suka si ikut trend yang lagi booming, terus suka liat vidio tiktok atau di instagram model model fashion yang lagi ramai, pastinya pengen juga.”⁴³

³⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

³⁹ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

⁴⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁴¹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

⁴² Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

⁴³ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa mereka suka mengikuti trend fashion yang ada.⁴⁴

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa Gen Z Suka mengikuti trend Fashion yang ada. Mereka beranggapan bahwa anak muda pastinya suka berpenampilan modis. Dan salah satu pemicunya adalah media sosial.

Lalu peneliti kembali menggali apakah anda sering membeli produk *thrifting* walaupun produk tersebut tidak dibutuhkan? Ica menuturkan:

“iya si, karena kadang iseng aja lihat lihat eh malah kepincut jadi beli.”⁴⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa sering membeli *thrifting* walaupun barang tersebut belum di butuhkan.⁴⁶

Menguatkan hasil wawancara di atas, Caca selaku mahasiswa IAI Agus Salim mengatakan:

“iya si saya sering beli bukan karna butuh tapi memang karena suka aja, apalagi kalau ke toko terus ada promo atau diskon yaudah deh jadi kalap yang seharusnya beli 1 bisa jadi beli 2 atau 3 barang.”⁴⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka

⁴⁴ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

⁴⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

⁴⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁴⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

mengatakan bahwa sering membeli *thrifting* walaupun barang tersebut belum di butuhkan.⁴⁸

Selanjutnya, jawaban dari Delia selaku mahasiswa UM Metro, mengatakan:

“saya sih sering gitu ya, beli karena nafsu mata aja padahal belum butuh barang tersebut.”⁴⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa sering membeli *thrifting* walaupun barang tersebut belum dibutuhkan.⁵⁰

Pendapat lain juga dikatakan oleh Mala selaku Mahasiswa dari UMALA, mengatakan bahwa:

“kalau saya ya begitu, kadang menemani teman cari barang malah saya juga ikutan belanja, liat bagus terus suka ya dibeli jadinya padahal belum butuh.”⁵¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa sering membeli *thrifting* walaupun barang tersebut belum di butuhkan.⁵²

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa para Gen Z membeli barang *thrifting* bukan berdasar karena kebutuhan atau melihat

⁴⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁴⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

⁵⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

⁵¹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

⁵² Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

manfaatnya. Mereka membeli barang *thrifting* karena keinginan dan kesukaan saja. Hal tersebut bisa dikatakan perilaku konsumtif karena membelanjakan uang atas dasar nafsu belanja.

Peneliti mencoba melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa lagi untuk menanyakan apakah anda membeli baju *thrifting* karena merek? Ica menuturkan:

“nggak juga si, produk lokal juga gapapa.”⁵³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa tidak selalu mencari barang bermerek.⁵⁴

Menguatkan hasil wawancara di atas, mahasiswa IAI Agus Salim bernama Caca mengatakan :

“saya mah apa aja yang penting suka, bukan karna merek aja.”⁵⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa tidak selalu mencari barang bermerek.⁵⁶

Pendapat lain dikatakan oleh Delia selaku Mahasiswa UM Metro, mengatakan:

“saya sesuai keinginan aja, kalau suka ya beli walau ngga bermerek.”⁵⁷

⁵³ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

⁵⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁵⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

⁵⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁵⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa tidak selalu mencari barang bermerek.⁵⁸

Selanjutnya pendapat lain dikatakan oleh Mala selaku mahasiswa UMALA, mengatakan :

“tergantung yang saya tertarik aja kalau bermerek berarti hoki kan, kalau ngga juga ya ngga papa.”⁵⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa tidak selalu mencari barang bermerek.⁶⁰

Hasil wawancara diatas, dapat dikemukakan bahwa Gen Z membeli barang *thrifting* tidak melihat karena merek. mereka membeli barang *thrifting* sesuai dengan minat dan kesukaan mereka saja.

Lalu peneliti kembali menggali data tentang apakah anda membeli produk *thrifting* karena produk tersebut unik dan menarik? Ica menuturkan :

“tidak juga si, saya juga suka model basic kaya kemeja polos dan lainnya, kalau menarik pasti iya dong yang menarik mata saya pasti saya suka.”⁶¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara,

⁵⁸ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

⁵⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

⁶⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

⁶¹ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

mereka mengatakan bahwa membeli *thrifting* atas dasar kesukaan dan ketertarikan saja bukan karena melihat keunikannya saja.⁶²

Menguatkan hasil wawancara di atas, mahasiswa dari IAI Agus Salim bernama Caca mengatakan :

“sebenarnya nggak harus unik, tapi kalau ada yang lucu pasti saya tertarik buat beli dan memang karena saya suka ya.”⁶³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa membeli *thrifting* atas dasar kesukaan dan ketertarikan saja bukan karena melihat keunikannya saja.⁶⁴

Selanjutnya, pendapat lain dikatakan oleh Delia selaku mahasiswa UM Metro mengatakan :

“apapun yang menarik buat saya suka saya pasti beli.”⁶⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa membeli *thrifting* atas dasar kesukaan dan ketertarikan saja bukan karena melihat keunikannya saja.⁶⁶

Selanjutnya pendapat lain dikatakan oleh mahasiswa UMALA bernama Mala, bahwa:

⁶² Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁶³ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

⁶⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁶⁵ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

⁶⁶ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

“saya suka barang yang lucu lucu jadi kalau ada yang unik dan menarik dan saya tertarik saya mau beli, tapi nggak tentu ya karena ya yang biasa aja juga kalo saya suka saya juga mau beli.”⁶⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa membeli *thrifting* atas dasar kesukaan dan ketertarikan saja bukan karena melihat keunikannya saja.⁶⁸

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa Gen Z membeli produk *thrifting* tidak melulu karena unik tapi mereka membeli sesuai dengan ketertarikan saja. Jadi mereka membeli karena mereka tertarik. Jika mereka tidak tertarik ada barang unik pun mereka tidak tergiur.

Selanjutnya peneliti kembali menggali tentang apakah anda membeli produk *thrifting* karena langka dan vintage? Ica menuturkan:

“iya si karena biasanya barang *thrifting* itu stok nya Cuma satu jadi tidak ada yang menyamakan.”⁶⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa mereka suka membeli *thrifting* karena produk tersebut langka atau tidak ada yang menyamakan.⁷⁰

Menguatkan hasil wawancara di atas, Caca selaku Mahasiswa IAI Agus Salim mengatakan:

⁶⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

⁶⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁶⁹ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

⁷⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

“iya si karena modelnya pasti nggak pasaran, dan kalau suka nostalgia baju zaman dulu pasti suka karena banyak model vintage.”⁷¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa mereka suka membeli *thrifting* karena produk tersebut langka atau tidak ada yang menyamakan.⁷²

Selanjutnya, pendapat lain juga dikatakan oleh mahasiswa UM Metro, Delia mengatakan:

“kalau suka trend zaman lampau dan gaya fashionnya kaya gitu pasti suka *thrifting* karna vintage ya, dan saya termasuk yang lumayan suka, dan salah satu alasan lain adalah ya biar ga ada yang samain.”⁷³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa mereka suka membeli *thrifting* karena produk tersebut langka atau tidak ada yang menyamakan.⁷⁴

Pendapat lain juga dikatakan oleh Mala, selaku mahasiswa UMALA sebagai berikut:

“kalau karna langka pasti iya karena produknya pasti nggak banyak yang samain, tapi kalau karena model vintage nggak terlalu si.”⁷⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka

⁷¹ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

⁷² Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁷³ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

⁷⁴ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

⁷⁵ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

mengatakan bahwa mereka suka membeli *thrifting* karena produk tersebut langka atau tidak ada yang menyamakan.⁷⁶

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa Gen Z menyukai produk *thrifting* karena jumlah produk yang sedikit memungkinkan tidak ada yang menyamai mereka. Dan untuk vintage itu kembali kepada pribadi masing-masing bagaimana selera mereka.

Lalu peneliti menggali kembali apakah pakaian anda kebanyakan produk *thrifting*?, Ica menuturkan:

“sebenarnya nggak juga, tapi ya lumayan banyak produk *thriftingnya*.”⁷⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa jumlah pakaian *thrifting* dan bukan *thrifting* tidak dominan ke *thrifting*. Karena mereka juga masih suka membeli barang non *thrifting*.⁷⁸

Menguatkan hasil di atas, Caca selaku mahasiswa IAI Agus Salim mengatakan:

“kayanya setara deh ya, dan ga terlalu banyak juga *thriftingnya*.”⁷⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka

⁷⁶ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

⁷⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

⁷⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁷⁹ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

mengatakan bahwa jumlah pakaian *thrifting* dan bukan *thrifting* hampir sama.⁸⁰

Selanjutnya pendapat lain dikatakan oleh Delia selaku mahasiswa UM Metro bahwa:

“aduh kayaknya setara deh ya, karena ya masih suka beli bukan *thrifting* juga gak melulu beli *thrifting* aja.”⁸¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa jumlah pakaian *thrifting* dan bukan *thrifting* hampir setara.⁸²

Pendapat lainnya juga dikatakan oleh Mala selaku mahasiswa UMALA bahwa:

“suka beli *thrifting* si tapi juga suka beli yang bukan *thrift* jadi kayaknya gak jauh beda.”⁸³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa jumlah pakaian *thrifting* dan bukan *thrifting* hampir sama.⁸⁴

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa Gen Z tidak selalu membeli barang *thrifting*, dan untuk jumlah produk *thrifting* yang

⁸⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁸¹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

⁸² Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

⁸³ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

⁸⁴ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

mereka miliki terbilang cukup banyak, setara dengan barang non *thrifting* yang mereka miliki.

Lalu peneliti menggali kembali apakah menurut anda harga produk *thrifting* lebih terjangkau oleh semua kalangan? Ica menuturkan:

“iya si karena harganya lebih murah kan ya.”⁸⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa harga barang *thrifting* cocok untuk semua kalangan karena harganya terjangkau.⁸⁶

Selanjutnya, pendapat dari mahasiswa IAI Agus Salim, Caca mengatakan bahwa:

“iya ya karena harganya murah pastinya terjangkau.”⁸⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa harga barang *thrifting* cocok untuk semua kalangan karena harganya terjangkau.⁸⁸

Pendapat lainnya juga dikatakan oleh Delia selaku mahasiswa UM Metro bahwa:

“sangat terjangkau si apa lagi untuk mahasiswa ya, uang yang seadanya tapi bisa beli outfit terus.”⁸⁹

⁸⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

⁸⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁸⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

⁸⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁸⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa harga barang *thrifting* cocok untuk semua kalangan karena harganya terjangkau.⁹⁰

Menguatkan hasil wawancara di atas, peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa UMALA, Mala mengatakan bahwa:

“terjangkau si apa lagi untuk kaum mendang mending dan suka ganti ganti *outfit*, *thrifting* cocok banget si.”⁹¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Mala, mereka mengatakan bahwa harga barang *thrifting* cocok untuk semua kalangan karena harganya terjangkau.⁹²

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa *thrifting* bisa menjadi alternatif untuk orang-orang suka berbelanja fashion tetapi dengan harga terjangkau. Oleh karena itu *thrifting* cocok untuk semua kalangan.

Lalu peneliti menggali apakah menurut anda harga yang ditawarkan produk *thrifting* bisa bersaing dengan harga produk pakaian baru? Ica menuturkan :

“kalau menurut saya sangat bisa ya, karena dari harga saja sudah lebih murah walau barang seken tapi kualitas masih oke kok.”⁹³

⁹⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

⁹¹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

⁹² Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

⁹³ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa harga produk *thrifting* bisa bersaing dengan harga pakaian baru.⁹⁴

Selanjutnya, pendapat lain dikatakan oleh mahasiswa IAI Agus Salim, Caca mengatakan bahwa:

“walau bukan barang baru tapi *thrifting* nggak kalah sama barang baru kok asal kita pinter milih nya. Jadi, ya pasti bisa bersaing si.”⁹⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa harga produk *thrifting* bisa bersaing dengan harga pakaian baru.⁹⁶

Selanjutnya pendapat yang sama juga dikatakan oleh mahasiswa UM Metro, Delia mengatakan:

“bisa si, karena walau bukan barang baru kalau kita bisa menemukan barang yang bagus tapi harga terjangkau jadi gak kalah sama barang baru.”⁹⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa harga produk *thrifting* bisa bersaing dengan harga pakaian baru.⁹⁸

⁹⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

⁹⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

⁹⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024

⁹⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

⁹⁸ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

Menguatkan hasil wawancara di atas, peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa UMALA, Mala mengatakan bahwa:

“bisa dong, dari harga saja pastinya lebih murah, barangnya juga gak kalah bagus sama yang baru malah jarang ada yang samain lagi.”⁹⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Mala, mereka mengatakan bahwa harga produk *thrifting* bisa bersaing dengan harga pakaian baru.¹⁰⁰

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa produk *thrifting* bisa bersaing dengan produk baru. Hal ini dapat dilihat dari harga yang lebih terjangkau tetapi kualitas juga tidak kalah bagus dengan barang yang baru.

Lalu peneliti menggali apakah harga barang *thrifting* sesuai dengan kualitas yang didapatkan? Ica menuturkan :

“iya sesuai”¹⁰¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa harga dan kualitas yang didapatkan sudah sesuai.¹⁰²

Begitupun jawaban dari beberapa mahasiswa perguruan tinggi lainnya yaitu IAI Agus Salim dengan mahasiswa bernama Caca, Anandita dan Salsa,

⁹⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

¹⁰⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

¹⁰¹ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁰² Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

mengatakan bahwa harga produk *thrifting* sesuai dengan kualitas yang didapat. Karena ada harga juga ada rupa.¹⁰³

Dan jawaban yang sama juga dikatakan oleh Mahasiswa UM Metro yaitu Delia, Dhella dan Meli. Lalu mahasiswa UMALA juga mengatakan hal demikian yang dituturkan oleh saudari Fani, Nurul dan juga Mala.¹⁰⁴

Lalu peneliti menggali apakah harga barang *thrifting* sudah sesuai dengan apa yang anda harapkan?, Ica menuturkan :

“sesuai si, karena ya harga macam macam kan jadi pintar-pintar kita aja milih kualitas yang kita mau.”¹⁰⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa harga barang *thrifting* sudah sesuai dengan apa yang diharapkan, karena dalam membeli pastinya memilih barang dengan kualitas yang baik.¹⁰⁶

Mahasiswa IAI Agus Salim, saudari Caca juga mengatakan:

“namanya barang bekas kalau kita pintar milihnya dan selera kita bagus pastinya sesuai sama apa yang kita harapkan ya.”¹⁰⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka

¹⁰³ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹⁰⁴ Wawancara dengan Mahasiswa Perguruan Tinggi Kota Metro. Pada tanggal 23-24 April 2024.

¹⁰⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁰⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁰⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

mengatakan bahwa harga barang *thrifting* sudah sesuai dengan apa yang diharapkan dan pasti memilih sesuai dengan seleranya.¹⁰⁸

Selanjutnya mahasiswa UM Metro, Delia menuturkan:

“sesuai si kan kita pasti milih-milih dulu kalau cocok ya dibelikan sesuai bererti seperti apa yang kita mau.”¹⁰⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa harga barang *thrifting* sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.¹¹⁰

Lalu, Mahasiswa UMALA, saudari Mala juga menuturkan:

“sesuai-sesuai aja si ya namanya harga bawa rupa juga.”¹¹¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa harga barang *thrifting* sudah sesuai dengan apa yang diharapkan.¹¹²

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa harga yang mereka keluarkan sudah sesuai dengan harapan yang mereka inginkan. Barang *thifting* yang murah dan berasal dari barang bekas pastinya membawa rupa yang sepadan. Tetapi , bagaimana kita memilih dan mencari kualitas yang masih baik maka kita tidak akan rugi membelinya.

¹⁰⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹⁰⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

¹¹⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹¹¹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

¹¹² Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

Lalu peneliti menggali menurut anda apakah produk *thrifting* dapat mengurangi limbah pakaian? Ica menuturkan :

“iya si sangat baik dampaknya buat mengurangi limbah pakaian yang kalau menumpuk banget susah buat terurai. jadi *thrifting* merupakan salah satu alternatif yang baik buat daur ulang pakaian.”¹¹³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa *thrifting* berdampak baik terhadap limbah pakaian.¹¹⁴

Selanjutnya, pendapat lain dikatakan oleh mahasiswa IAI Agus Salim, Caca mengatakan bahwa:

“salah satu dampak positif si itu. Kan pakaian yang tidak terpakai bisa didaur ulang lagi dan malah jadi ada nilai jual ya.”¹¹⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa *thrifting* berdampak baik terhadap limbah pakaian.¹¹⁶

Selanjutnya pendapat yang sama juga dikatakan oleh mahasiswa UM Metro, Delia mengatakan:

“bisa si, karena kan. Ga baik juga ya banyak limbah pakaian bekas adanya *thrifting* ini pakaian yang tidak ada nilai gunanya jadi bisa ada nilai guna lagi bahkan bagus untuk salah satu ide usaha.”¹¹⁷

¹¹³ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹¹⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹¹⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

¹¹⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹¹⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa *thriftling* berdampak baik terhadap limbah pakaian.¹¹⁸

Menguatkan hasil wawancara di atas, peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa UMALA, Mala mengatakan bahwa:

“bisa ya. Pastinya *thriftling* mengurangi limbah kan didaur ulang tinggal bagaimana cara penjual daur ulang nya lagi.”¹¹⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa *thriftling* berdampak baik terhadap limbah pakaian.¹²⁰

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa *thriftling* merupakan dampak positif bisa mengurangi limbah pakaian. Barang atau pakaian yang menumpuk bisa didaur ulang kembali sehingga memiliki nilai jual yang bisa menjadi peluang bisnis.

Lalu peneliti menggali menurut anda apakah barang *thriftling* dapat mengurangi polusi kimia?, Ica menuturkan :

“bisa deh karena kalau pabrik pembuat pakaian itu pasti pakai bahan bahan tekstil ya nah itu bisa menimbulkan polusi kimia .”¹²¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara,

¹¹⁸ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹¹⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

¹²⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

¹²¹ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica pada tanggal 22 April 2024.

mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa mengurangi polusi kimia dan hal tersebut termasuk dalam dampak positif.¹²²

Mahasiswa IAI Agus Salim, saudari Caca juga mengatakan:

“sepertinya bisa, kalau pembuat pakaian baru yang benar-benar membuat dari awal kain kan menggunakan bahan tekstil jadi bisa ada polusi kimia itu.”¹²³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa mengurangi polusi kimia dan hal tersebut termasuk dalam dampak positif.¹²⁴

Selanjutnya mahasiswa UM Metro, Delia menuturkan:

“bisa menimbulkan polusi kimia ya, apalagi pakai bahan haban tekstil dan belum lagi kalau makai tenaga yang uap atau ada asap pasti juga menimbulkan polusi udara.”¹²⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa mengurangi polusi kimia dan hal tersebut termasuk dalam dampak positif.¹²⁶

Lalu, Mahasiswa UMALA, saudari Mala juga menuturkan:

“bisa si kan membuat pakaian baru itu pakai bahan bahan tekstil jadi alangkah baiknya bisa daur ulang dulu barang yang ada.”¹²⁷

¹²² Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹²³ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

¹²⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹²⁵ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

¹²⁶ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹²⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa mengurangi polusi kimia dan hal tersebut termasuk dalam dampak positif.¹²⁸

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa barang *thrifting* bisa mengurangi polusi kimia. Seperti yang kita ketahui bahwa pabrik pembuatan pakaian menggunakan bahan tekstil belum lagi tenaga uap atau yang menghasilkan asap bisa menimbulkan polusi juga.

Lalu peneliti menggali menurut anda apakah barang *thrifting* dapat menghemat pengeluaran?, Ica menuturkan :

“harusnya iya si kan harganya murah, tapi kadang malah bukannya hemat malah beli 2 atau 3 baju kan jadi ga hemat ya.”¹²⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa hal tersebut tergantung dengan pribadi masing-masing ada yang menjadikan *thrifting* sebagai alternatif menghemat tetapi ada juga sebaliknya.¹³⁰

Mahasiswa IAI Agus Salim, saudari Caca juga mengatakan:

“sebenarnya iya tapi kalau lagi kalap ya nggak jadi hemat.”¹³¹

¹²⁸ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

¹²⁹ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹³⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹³¹ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa hal tersebut tergantung dengan pribadi masing-masing ada yang menjadikan *thrifting* sebagai alternatif menghemat tetapi ada juga sebaliknya.¹³²

Selanjutnya mahasiswa UM Metro, Delia menuturkan:

“iya si tergantung orang yang belanja kalau dia bisa secukupnya ya hemat tapi kalau nggak ya gak jadi hemat.”¹³³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa hal tersebut tergantung dengan pribadi masing-masing ada yang menjadikan *thrifting* sebagai alternatif menghemat tetapi ada juga sebaliknya.¹³⁴

Lalu, Mahasiswa UMALA, saudari Mala juga menuturkan:

“bisa si untuk hemat tapi malah sering buat nafsu belanja karena murah.”¹³⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa hal tersebut tergantung dengan pribadi masing-masing

¹³² Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹³³ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

¹³⁴ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹³⁵ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

ada yang menjadikan *thrifting* sebagai alternatif menghemat tetapi ada juga sebaliknya.¹³⁶

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa *thrifting* bisa menjadi alternatif menghemat pengeluaran jika porsi belanja yang tepat. Harga *thrifting* yang murah sangat cocok dimanfaatkan untuk tetap bisa berbelanja dengan pengeluaran yang tidak begitu besar.

Lalu peneliti menggali menurut anda apakah membeli barang *thrifting* bisa menimbulkan perilaku konsumtif?, Ica menuturkan :

“iya seperti yang saya bilang tadi membeli barang niat 1 malah jadi 2 atau 3. Dan membeli kadang bukan karena kebutuhan itu termasuk konsumtif kan.”¹³⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa menimbulkan perilaku konsumtif.¹³⁸

Mahasiswa IAI Agus Salim, saudari Caca juga mengatakan:

“iya si apalagi beli barang karena nafsu belanja aja bukan lihat dari manfaat dan kegunaannya.”¹³⁹

Selanjutnya untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandhita dan juga Salsa, mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa menimbulkan perilaku

¹³⁶ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

¹³⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹³⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹³⁹ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

konsumtif karena membeli barang *thrifting* tidak memikirkan manfaatnya melainkan hanya mementingkan nafsu belanja saja.¹⁴⁰

Selanjutnya mahasiswa UM Metro, Delia menuturkan:

“bener bener bisa buat jadi konsumtif si apalagi harga murah jadi tergiur beli beli terus.”¹⁴¹

Selanjutnya untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama dan juga , mereka mengatakan bahwa belanja *thrifting* bisa menimbulkan perilaku konsumtif karena membeli barang *thrifting* terbilang cukup murah.¹⁴²

Lalu, Mahasiswa UMALA, saudari Mala juga menuturkan:

“bisa buat konsumtif si apalagi bukan karena kebutuhan.”¹⁴³

Selanjutnya untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama dan juga , mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa menimbulkan perilaku konsumtif karena membeli barang *thrifting* tidak memikirkan kebutuhan yang diperlukan.¹⁴⁴

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa *thrifting* bisa menimbulkan perilaku konsumtif. Salah satu penyebab perilaku konsumtif adalah membelanjakan uang bukan karena kebutuhan tapi hanya karena keinginan dan kepuasan belanja saja.

¹⁴⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhta dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹⁴¹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁴² Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁴³ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

¹⁴⁴ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

Lalu peneliti menggali menurut anda apakah barang *thriftling* dapat menghambat pembangunan negara?, Ica menuturkan :

“iya setau saya banyak *thriftling* import dan banyak penjual yang nggak bayar bea cukai jadi itu termasuk ilegal dan menghambat pembangunan negara kan.”¹⁴⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa *thriftling* bisa berdampak pada pembangunan negara karena tidak adanya pajak bea cukai dan juga bisa berasal dari kurangnya minat produk lokal.¹⁴⁶

Mahasiswa IAI Agus Salim, saudari Caca juga mengatakan:

“sepertinya bisa, kalau dilihat banyak masyarakat apalagi mahasiswa suka *thriftling* karena murah itu tadi jadi produk lokal buatan dalam negeri malah sedikit peminatnya. Apalagi *thriftling* kan bisa berasal dari luar negeri ya”¹⁴⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa *thriftling* bisa berdampak pada pembangunan negara karena tidak adanya pajak bea cukai dan juga bisa berasal dari kurangnya minat produk lokal.¹⁴⁸

Selanjutnya mahasiswa UM Metro, Delia menuturkan:

¹⁴⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁴⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁴⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Caca. Pada tanggal 23 April 2024.

¹⁴⁸ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

“bisa si, apalagi kalau penjual tidak bertanggung jawab bayar pajak bea cukai dan jumlah minat produk lokal sedikit.”¹⁴⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka mengatakan bahwa *thriftling* bisa berdampak pada pembangunan negara karena tidak adanya pajak bea cukai dan juga bisa berasal dari kurangnya minat produk lokal.¹⁵⁰

Lalu, Mahasiswa UMALA, saudari Mala juga menuturkan:

“bisa karena saya juga dengar dengar banyak barang ilegal ya jadi ga bayar bea cukai itu termasuk merugikan negara si.”¹⁵¹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa *thriftling* bisa berdampak pada pembangunan negara karena tidak adanya pajak bea cukai dan juga bisa berasal dari kurangnya minat produk lokal.¹⁵²

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa *thriftling* bisa menghambat pembangunan negara. Seharusnya masyarakat cinta akan produk dalam negeri tetapi *thriftling* yang banyak didatangkan dari luar negeri dan banyak penjual curang tidak membayar pajak bea cukai menimbulkan penghambatan pembangunan negara.

¹⁴⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁵⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁵¹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024.

¹⁵² Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

Lalu peneliti menggali menurut anda apakah barang *thrifting* bisa berdampak pada kesehatan?, Ica menuturkan :

“seperti yang kita ketahui *thrifting* itu barang daur ulang, jadi harus beli toko yang benar-benar bisa daur ulang barang tersebut.”¹⁵³

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Risky Dwy dan juga Tiara, mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa berdampak negatif bagi kesehatan. Oleh karena itu pentingnya peran penjual dalam hal ini.¹⁵⁴

Mahasiswa IAI Agus Salim, saudari Caca juga mengatakan:

“bisa, maka dari itu harus jeli dalam memilih karena takut ada jamur atau bakteri karena tidak di sortir dengan baik sama penjualnya.”¹⁵⁵

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Anandita dan Salsa, mereka mengatakan bahwa *thrifting* bisa berdampak negatif bagi kesehatan. Oleh karena itu pentingnya peran penjual dalam hal ini.¹⁵⁶

Selanjutnya mahasiswa UM Metro, Delia menuturkan:

“bisa jadi penjual tidak mencuci ulang dan disortir dengan baik jadi masih kotor dan bahkan bisa ada jamur.”¹⁵⁷

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Dhella dan Meli, mereka

¹⁵³ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁵⁴ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Riski Dwi dan Tiara. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁵⁵ Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro, Ica. Pada tanggal 22 April 2024.

¹⁵⁶ Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim, Anandhita dan Salsa. Pada tanggal 23 April 2024.

¹⁵⁷ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Delia. Pada tanggal 24 April 2024

mengatakan bahwa *thriftling* bisa berdampak negatif bagi kesehatan. Oleh karena itu pentingnya peran penjual dalam hal ini.¹⁵⁸

Lalu, Mahasiswa UMALA, saudari Mala juga menuturkan:

“bisa ya, itulah peran penjual harus benar benar memilah sortir barang yang masih layak dan harus dicuci kembali agar terlihat seperti baru dan tidak berdampak buruk juga buat kesehatan pembeli.”¹⁵⁹

Dan untuk memperoleh jawaban lain, maka peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Mahasiswa bernama Fani dan Nurul, mereka mengatakan bahwa *thriftling* bisa berdampak negatif bagi kesehatan. Oleh karena itu pentingnya peran penjual dalam hal ini.¹⁶⁰

Hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa barang *thriftling* bisa berdampak pada kesehatan. Peran penjual dalam daur ulang barang seperti sortir dan membersihkan ulang sangat berpengaruh untuk kenyamanan para pembeli *thriftling*.

C. Analisis Dampak Gaya Hidup *Thriftling* Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z

Perilaku konsumsi setiap orang memiliki tingkatan yang berbeda. Dari perilaku konsumsi tersebut bisa menimbulkan gaya hidup yang berbeda pula. Peneliti akan menguraikan bagaimana perilaku konsumsi Gen Z pada Perguruan Tinggi yang ada di Kota Metro terhadap barang *thriftling* setelah mengetahui bagaimana perilaku konsumsi seseorang maka dapat diketahui pula apakah *thriftling* memiliki dampak yang baik atau buruk.

¹⁵⁸ Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro, Dhellia dan Meli. Pada tanggal 24 April 2024.

¹⁵⁹ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Mala. Pada tanggal 25 April 2024

¹⁶⁰ Wawancara dengan Mahasiswa UMALA, Fani dan Nurul. Pada tanggal 25 April 2024.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan di beberapa Perguruan Tinggi yang ada di Kota Metro seperti Institut Agama Islam Negeri Metro, Institut Agama Islam Agus Salim, Universitas Muhammadiyah Metro, dan Universitas Ma'arif Lampung. Masing- masing peneliti mengambil 3 mahasiswa dari beberapa fakultas. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi dua kajian utama sesuai dengan rumusan masalah yaitu:

1. Perilaku Konsumsi Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro Pada Barang *Thrifting*

Terdapat beberapa kategori mengenai perilaku konsumsi. Kategori perilaku konsumsi sendiri dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan, yaitu:

a. Perilaku konsumsi tingkat Rendah

Dalam hal ini para konsumen membelanjakan uangnya dengan penuh pertimbangan. Biasanya mengutamakan kebutuhan dan membeli suatu barang berdasarkan kegunaan bukan untuk memenuhi gengsi.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan bahwa Gen Z tidak berada pada tingkat perilaku konsumsi ini. Hal ini disebabkan karena mereka saat ini mengikuti trend fashion yang ada yang menyebabkan mereka membeli suatu barang dengan tidak mempertimbangkan nilai gunanya lagi.

b. Perilaku konsumsi tingkat sedang

Dalam tingkat konsumsi ini konsumen membelanjakan uangnya untuk kebutuhan dan juga kesenangan, tetapi masih dalam konteks wajar dan tidak berlebihan.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan bahwa Gen Z sebagian bisa dikatakan berada pada tingkat perilaku konsumsi tingkat sedang. Hal ini dikarenakan bahwa mereka membeli barang *thrifting* sesuai dengan kesenangan tetapi tidak berlebihan.

c. Perilaku konsumsi tingkat tinggi

Pada tingkat konsumsi ini lah terjadinya perilaku konsumtif, para konsumen membelanjakan uangnya untuk kesenangan dan kepuasan gengsi semata, tidak lagi memertimbangkan manfaat dan kebutuhan.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan bahwa Gen Z ternyata berada pada perilaku konsumsi tingkat tinggi. Hal ini dikarenakan mereka terlalu mementingkan kepuasan diri, dengan membeli barang *thrifting* tanpa melihat manfaat dan kebutuhannya.

Oleh karena itu dapat diketahui bahwa sifat perilaku konsumsi tiap orang berbeda-beda. Untuk perilaku konsumsi Gen Z di Perguruan Tinggi Kota metro terhadap barang *Thrifting* ternyata kebanyakan berada diperilaku konsumsi tingkat tinggi. Hal ini dapat diketahui dari hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa bahwa

mereka mengatakan jika seringkali membeli produk *thrifting* karena tergiur oleh promo dan harga yang murah. Selain itu mereka membeli barang *thrifting* bukan karena kebutuhan tapi hanya karena ketertarikan terhadap produknya saja. Bahkan mereka seringkali membeli suatu barang bukan melihat dari manfaat dan kebutuhan tetapi karena nafsu belanja saja.

2. Gaya Hidup Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro terhadap barang *thrifting*

Setelah melakukan penelitian dan wawancara kepada Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro yang peneliti pilih yaitu Institut Agama Islam Negeri Metro, Institut Agama Islam Agus Salim Metro, Universitas Muhammadiyah Metro, dan juga Universitas Ma'arif Lampung.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan juga persepsi. Berdasarkan wawancara yang sudah peneliti lakukan faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup Gen Z dapat dilihat dari lingkungan sekitar dan juga respon masing-masing pribadi bagaimana menghadapi keadaan zaman yang semakin berkembang seperti penuturan mereka bahwa sering mengikuti trend fashion yang ada salah satunya melihat konten media sosial.

Gaya hidup juga didukung oleh beberapa indikator yaitu:

- a. Kegiatan, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari kegiatan yang mereka jalani. Seperti Gen Z di perguruan tinggi Kota Metro sebagai

mahasiswa mereka tertarik mengikuti trend fashion untuk berpenampilan menarik.

- b. Minat, hal ini tergantung oleh pribadi masing-masing. Minat setiap orang pastinya berbeda-beda. Seperti Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro mereka memiliki gaya fashion yang berbeda beda sesuai dengan kegemaran atau kesukaan mereka.
- c. Opini, hal ini sesuai dengan pandangan dan perasaan masing masing konsumen, seperti Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro melihat isu global melalui media sosial terkait gaya fashion yang selalu berkembang menimbulkan penafsiran dan juga harapan yang sesuai dengan keinginan.

Dengan beberapa teori diatas dan dengan kaitan mengenai perilaku Konsumsi Gen Z, Maka Gen Z di perguruan tinggi kota metro berada pada jenis gaya hidup Hedonisme. Hal ini dapat diketahui melalui hasil wawancara yang mengatakan bahwa Gen Z memenuhi Gaya hidup bukan karena kebutuhan melainkan karena keinginan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti uraikan tersebut, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Dampak Gaya Hidup *Thrifting* dalam Perilaku Konsumsi Gen Z adalah menimbulkan sifat Konsumtif. Hal ini dapat dilihat karena Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro mendapatkan penghasilan yang bersumber dari orang tua dan tidak menentu jumlah nominalnya. Sedangkan gaya hidup mereka adalah membeli barang *Thrifting* bukan karena kebutuhan, tetapi membeli barang *thrifting* atas dasar nafsu belanja yang tidak terkontrol. Hal tersebut juga didukung karena harga barang *thrifting* yang murah sehingga Gen Z makin tergiur oleh hal tersebut.

Dari perilaku konsumsi tersebut termasuk ke dalam jenis perilaku konsumsi tingkat tinggi dan termasuk gaya hidup hedonisme, yang bisa menimbulkan dampak

1. Berperilaku konsumtif atau membeli barang tidak sesuai kebutuhan hanya untuk memuaskan keinginan
2. Membuat orang hanya fokus pada kesenangan dan kepuasan diri sendiri
3. Cenderung memiliki sifat malas dan kurang bertanggung jawab
4. Menghabiskan uang tanpa mempertimbangkan kebutuhan lainnya atau manfaat
5. Menimbulkan sifat tamak dan serakah

B. Saran

Diharapkan kepada mahasiswa perguruan tinggi kota metro hendaknya memperhatikan bagaimana prinsip konsumsi dalam Islam. Dan juga agar dapat mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan, karena jika selalu mengikuti keinginan secara terus-menerus maka akan memunculkan sikap boros atau konsumtif. Sedangkan tujuan utama dari perilaku konsumsi adalah untuk mencapai kemaslahatan baik di dunia atau di akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes parera, pengantar ilmu ekonomi. (bumi aksara:2021). 60.
- Ahyan Syaraahiyya, Emmy Yuniarti Rusadi,” Fenomena *Thrift* Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur)”,jurna abdi masyarakat, Vol. 5. No. 1 , (Juni 2023): 2
- Budiati, I., Susianto, D., Adi, D. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Sapuri, V. G. Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan AnakM (2018).
- Dewi Maharani, Taufiq Hidayat, “Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam”,(Available at <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2020):2.
- Dewi, Ni Made Indah Krisna Dewi. “Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar”. jurnal Interpretasi Hukum. no. 1 (2020)
- Dina Safitri, Arneliwati, Erwin, “analisis indikator gaya hidup yang berhubungan dengan usia menarche remaja putri”, (jom psik vol.1 no.2 oktober 2014):6
- donni Juni Priansa. Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer (Bandung:Alfabeta,2017). 185-187.
- Ibrahim, metodologi penelitian kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2015), 65.
- Indah Anatasyah Swaswantika, Ainun Jariah, Zainul Hidayat, “Analisis perilaku konsumen terhadap pengguna fashion branded preloved sebagai konsep gaya hidup,”Jobman: Journal of Organization and Business Management, E-ISSN : 2715-5579 (Juni, 2022)
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.
- Lexi J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja: Rosda Karya,2009), 186.
- Lexy J melong, Metodologi Penelitian Kualitatif, 257.
- Mahabarata, Y. 2020. Demi Misi Sejarah dan Budaya *Thrift* Shop, Baju Bekas Harusnya Memang Tak Mahal.
- Mahabarata, Y. 2020. Demi Misi Sejarah dan Budaya *Thrift* Shop, Baju Bekas Harusnya Memang Tak Mahal

- Miles Dan Huberman, Analisis Data Kualitatif (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16
- Nevi Ristiani, Usman Raidar, Damar Wibisono, " Fenomena *Thrift*ing Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung," *sociologie: Jurnal ilmiah mahasiswa sosiologi* , Vol. 1, No. 2, (Agustus,2022): 195.
- Nugroho J.Setiadi. 2019 Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen. Prenadamedia group
- Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja"(yogyakarta:GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY,2017):133.
- Rifky ghilmansyah, siti nursanti, wahyu utamidewi. Fenomena *thrifting* sebagai gaya hidup milenial bogor. (Jurnal nomosleca,2021) 5.
- Rifky ghilmansyah, siti nursanti, wahyu utamidewi. Fenomena *thrifting* sebagai gaya hidup milenial bogor. (Jurnal nomosleca,2021), 8.
- Rifky Ghilmansyah.Siti Nursanti ,Wahyu Utamidewi, "Fenomena *Thrift*ing Sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor,"*jurnal nomosleca*, Vol. 8 no. 1 (april 8, 2022)
- Ririn Anggreini, Sulis Mariyanti, "hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi universitas esa unggul", (Jurnal Psikologi Volume 12 Nomor 1, Juni 2014): 38-39.
- Salim Dan Syahrums, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Cita Pustaka Media,2012).Pdf," t.t., 28.
- Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2009). *Consumer Behavior in Fashion*. Pearson/Prentice Hal 1.
- Sudaryono, Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran (Jakarta Pusat: Lentera ilmu Cendekia, 2014),2-5.
- Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta, 2010), 88.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2016
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta), 2017 hal. 218-219.
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2012), 310

- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. ke-13, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2006), 231.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 75.
- Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (Edisi Kedua)*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, h. 4.
- Sunarto, *manajemen pemasaran 2 seri prinsip-prinsip pemasara*. (yogyakarta: UST PRESS YOGYAKARTA, 2016), 97-104
- Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 102.
- Wasia Roesbani dan Roesmini Soerjaatmadja, *Pakaian Pengetahuan*, Jakarta: Balai Pustaka, 2014, hal 1
- Wawancara kepada Fatkhiyah Khoirunnisa selaku mahasiswa IAIN Metro pada tanggal 1 November 2023.
- Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D.*, 142.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0829/In.28.1/J/TL.00/03/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Suci Hayati (Pembimbing 1)
Suci Hayati (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 15 Maret 2024
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

OUTLINE

DAMPAK GAYA HIDUP THRIIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Batasan Masalah
- C. Pertanyaan Penelitian
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Gaya Hidup
 1. Pengertian Gaya Hidup
 2. Faktor-faktor Gaya Hidup
 3. Indikator Gaya Hidup
 4. Jenis-jenis Gaya Hidup
- B. *Thrifting*
 1. Pengertian *Thrifting*
 2. Faktor-faktor Melakukan *Thrifting*
 3. Tujuan *Thrifting*

- C. Perilaku Konsumsi
 - 1. Pengertian Perilaku Konsumsi
 - 2. Faktor-faktor Perilaku Konsumsi
 - 3. Kategori Perilaku Konsumsi
 - 4. Indikator Perilaku Konsumsi
- D. Dampak Gaya Hidup *Thrifting*
 - 1. Dampak Positif
 - 2. Dampak Negatif

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Perguruan Tinggi di Metro
 - 1. Institut Agama Islam Negeri Metro
 - 2. Institut Agama Islam Agus Salim Metro
 - 3. Universitas Muhammaadiyah Metro
 - 4. Universitas Ma'arif Metro
- B. Dampak Gaya Hidup *Thrifting* Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z
 - 1. Perilaku Konsumsi Gen Z di Perguruan Tinggi Metro Pada Barang *Thrifting*
 - 2. Dampak Gaya Hidup *Thrifting* Gen Z di Perguruan Tinggi Metro

BAB V PENUTUP

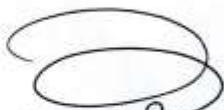
- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing



Suci Hayati, M.S.I
NIP.19770309 200312 2 003

Metro, 13 Maret 2024
Mahasiswa Ysb,



Vivi Alif Laila
NPM.2003011103

**ALAT PENGUMPULN DATA (APD)
DAMPAK GAYA HIDUP DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI
PERGURUAN TINGGI KOTA METRO**

A. Wawancara

Wawancara kepada Mahasiswa yang ada di Perguruan Tinggi Kota Metro (IAIN, UMM, IAI Agus Salim, UMALA)

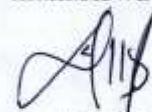
1. Apakah anda pemakai produk *thrifting*?
2. Produk *thrifting* apa yang sering dibeli?
3. Berapakah penghasilan anda setiap bulan?
4. Berapa pengeluaran yang anda keluarkan untuk membeli barang *thrifting* setiap satu bulan?
5. Apakah anda selalu mengikuti trend fashion?
6. Apakah anda sering membeli produk *thrifting* walaupun produk tersebut tidak dibutuhkan?
7. Apakah anda membeli baju *thrifting* karena merek?
8. Apakah anda membeli produk *thrifting* karena produk tersebut unik dan menarik?
9. Apakah anda membeli produk *thrifting* karena langka dan vintage?
10. Apakah pakaian anda kebanyakan produk *thrifting*?
11. Apakah menurut anda harga produk *thrifting* lebih terjangkau oleh semua kalangan?
12. Apakah menurut anda harga yang ditawarkan produk *thrifting* bisa bersaing dengan harga produk pakaian baru?
13. Apakah harga barang *thrifting* sesuai dengan kualitas yang didapatkan?
14. Apakah harga barang *thrifting* sudah sesuai dengan apa yang anda harapkan?
15. Menurut anda apakah produk *thrifting* dapat mengurangi limbah pakaian?
16. Menurut anda apakah barang *thrifting* dapat mengurangi polusi kimia?
17. Menurut anda apakah barang *thrifting* dapat menghemat pengeluaran?
18. Menurut anda apakah membeli barang *thrifting* bisa menumbuhkan perilaku konsumtif?
19. Menurut anda apakah barang *thrifting* dapat menghambat pembangunan negara?
20. Menurut anda apakah barang *thrifting* bisa berdampak pada kesehatan?

Dosen Pembimbing



Suci Hayati, M.S.I
NIP.1970309 200312 2 003

Metro, 02 April 2024
mahasiswa Ysb,



Vivi Alif Laila
NPM.2003011103



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1101/In.28/D.1/TL.00/04/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Rektor INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1102/In.28/D.1/TL.01/04/2024, tanggal 03 April 2024 atas nama saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Rektor INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 April 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1123/In.28/D.1/TL.00/04/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Rektor INSTITUT AGAMA ISLAM
AGUS SALIM METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1102/In.28/D.1/TL.01/04/2024, tanggal 03 April 2024 atas nama saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Rektor INSTITUT AGAMA ISLAM AGUS SALIM METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di INSTITUT AGAMA ISLAM AGUS SALIM METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DIPERGURUAN TINGGI KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 April 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1121/In.28/D.1/TL.00/04/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Rektor UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1102/In.28/D.1/TL.01/04/2024, tanggal 03 April 2024 atas nama saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Rektor UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DIPERGURUAN TINGGI KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 April 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1122/In.28/D.1/TL.00/04/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Rektor UNIVERSITAS MAARIF
LAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1102/In.28/D.1/TL.01/04/2024,
tanggal 03 April 2024 atas nama saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Rektor UNIVERSITAS MAARIF LAMPUNG bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di UNIVERSITAS MAARIF LAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 April 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1102/In.28/D.1/TL.01/04/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 03 April 2024

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1234/In.28/D.1/TL.01/04/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di INSTITUT AGAMA ISLAM AGUS SALIM guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

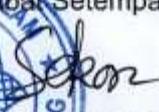
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 03 April 2024

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)

Mengetahui,
Pejabat Setempat

SEKAR RINI M. Acc





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1235/In.28/D.1/TL.01/04/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 03 April 2024

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1236/In.28/D.1/TL.01/04/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : [2003011103](#)
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di UNIVERSITAS MAARIF LAMPUNG guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK GAYAHIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 03 April 2024



Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP [19861030 201801 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 1599/In.28/R.1/TL.00/04/2024

23 April 2024

Lampiran : -

Perihal : Balasan Izin Riset

Yth.

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan

Fakultas Ekonomi Syari'ah

Institut Agama Islam Negeri Metro

Di

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15a Iringmulyo
Metro Timur Kota Metro

Menindaklanjuti Surat Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor B-1101/In.28/D.1/TL.00/04/2024 tanggal 03 April 2024 perihal permohonan izin penelitian, maka dengan ini kami memberikan izin riset kepada:

Nama : **VIVI ALIF LAILA**
NPM : 2003011103
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : **DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO**
Tempat Penelitian : Institut Agama Islam Negeri Metro

Demikian surat ini kami sampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

an. Rektor
Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Suhairi



**YAYASAN PUSAT PENDIDIKAN ISLAM LAMPUNG
INSTITUT AGAMA ISLAM
AGUS SALIM METRO LAMPUNG
TERAKREDITASI BAIK**

Jl. Brigjend Sutiyoso Nomor 7 Kota Metro, Email : iaitagussalim@gmail.com, www.iaitagussalim.ac.id, Telp : (0725) 7855108

SURAT KETERANGAN

No: 128/IAI/714/R.I/AS.001/05/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Wakil Rektor Institut Agama Islam (IAI) Agus Salim Metro Lampung menerangkan bahwa:

Nama : VIVI ALIF LAILA
NPM : 2003011103
Semester : 8 (Delapan)
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Metro
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Diberikan izin untuk melakukan *Reseach/Survey* di Institut Agama Islam (IAI) Agus Salim Metro Lampung perihal menyelesaikan tugas akhir/ skripsi dengan judul "DAMPAK GAYA HIDUP THRIFTING DALAM PERILAKU KONSUMSI GEN Z DI PERGURUAN TINGGI KOTA METRO". Adapun *Reseach/Survey* dapat dilaksanakan mulai Tanggal 13 Mei 2024.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Metro

Pada Tanggal : 3 Mei 2024

Wakil Rektor ,



Sujimat, M.Pd

NPA. 2021588



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH M E T R O

Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantara No. 116 Iringmulyo Kota Metro Telp./Fax. (0725) 42454 Kode Pos 34112
Website : www.ummetro.ac.id e-mail : info@ummetro.ac.id

Nomor : 0556/II.3.AU/D/BLS-UMM/2024

13 Syawal 1445 H

Lamp. : -

22 April 2024 M

H a l : Balasan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di
Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Waba'du, menindaklanjuti surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor : B-1121/In.28/D.1/TL.00/04/2024 tanggal 16 April 2024 perihal izin research.

Pada prinsipnya kami memberikan izin kepada :

Nama	: Vivi Alif Laila
NPM	: 2003011103
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: Ekonomi Syari'ah

Untuk melaksanakan Penelitian (Research) di Universitas Muhammadiyah Metro dengan judul : Dampak Gaya Hidup Thrifting dalam Perilaku Konsumsi Gen Z di Perguruan Tinggi Kota Metro.

Demikian surat izin penelitian ini kami sampaikan atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dr. Achyani, M.Si.
NIP. 19640815 198903 1 003

Tembusan :

1. Rektor UM Metro
2. Vivi Alif Laila (2003011103)



LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU PCNU KOTA METRO UNIVERSITAS MA'ARIF LAMPUNG (UMALA)

Alamat : Jl. RA. Kartini 28 Purwosari Metro Utara Kota Metro Telp (0725) 7851 430
Website : www.umala.ac.id / email : rektorat@umala.ac.id

Nomor : 01/1718/UMALA/LPMNU/IV/2024
Lampiran : -
Perihal : **Surat Balasan**

Kepada Yth
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan IAIN Metro
(Putri Swastika S.E, M.IF)
di_
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam silaturahmi kami sampaikan semoga kita senantiasa dalam lindungan Allah SWT dan sukses dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Amin.

Selanjutnya, berdasarkan surat masuk dari Institut Agama Islam Negeri Metro Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dengan Nomor Surat B-1122/In.28/D.1/TL.00/04/2024 tentang Permohonan Izin research kepada :

Nama : Vivi Alif Laila
NIM : 2003011103
Judul : Dampak Gaya Hidup Thrifting Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z Di Perguruan Tinggi Kota Metro

Berkenaan dengan perihal tersebut diatas kami memberikan izin research tersebut di Universitas Ma'arif Lampung (UMALA).

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wallahul Muwafiq Ila Aqwamith Tharieq,
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 April 2024

Rektor,



ditandatangani secara digital oleh: M.R.

tanggal: 20 April 2024 10:07:42

Dr. MISPANI, M.Pd.I





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-331/In.28/S/U.1/OT.01/05/2024

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : VIVI ALIF LAILA
NPM : 2003011103
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003011103

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 20 Mei 2024
Kepala Perpustakaan

As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Vivi Alif Laila
NPM : 2003011103
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Dampak Gaya Hidup Thrifting Dalam Perilaku Konsumsi Gen Z Di Perguruan Tinggi Kota Metro** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 17%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 04 Juni 2024
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Vivi Alif Laila

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2003011103

Semester / T A : VII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
4.	Jumat/ 1 Des' 2023	- Cantumkan standarasi tingkat perilaku konsumen.	SB.
5.	Jumat/ 5 Jan' 2024	- Munculkan teori Dampak dengan adanya Thrifting	SB.
6.	Senin/ 8 Jan 2024	- Sumber data primer ~ Berapa jumlah populasi & sampel - Kriteria / pertimbangan apa yang digunakan dalam purposive sampling - Sumber data sekunder ~ jelaskan. - Melalui wawancara ~ data apa yang akan digali - Melalui dokumen apa ~ yang akan digali data & data apa yang akan digali	SB.
7.	Senin/ 15 Jan 2024	Ada Proposal untuk diseminarkan	SB.

Dosen Pembimbing

Suci Hayati, S. A., M.S.I

NIP. 19770309 200312 2 003

Mahasiswa Ybs,

Vivi Alif Laila

NPM. 2003011103



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Vivi Alif Laila

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2003011103

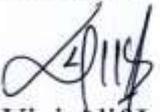
Semester / T A : VII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jum'at/ 15 Maret 2024	- Bab IV B.1 Struktur Pengusunan Kalimatnya B.2. Dilempai Seperti judul	SL
2.	Selasa/ 19 Maret 2024	Ace Outline	SL
3.	Selasa/ 26-03-2024	- Perbaiki Penulisan Perguruan Tinggi Agus Salim - Bab II : teori Dampak Positif & Negatif Bisnis.	SL
4.	Kamis/ 28-03-2024	- Ace bab I, II, III - APD : Tambahkan pertanyaan tentang Dampak yang disesuaikan dengan Teori yang anda gunakan.	SL
5.	Selasa/02-04-2024	- Ace APD	SL

Dosen Pembimbing


Suci Hayati, S.Pd., M.S.I
NIP. 19770309 200312 2 003

Mahasiswa Ybs,


Vivi Alif Laila
NPM. 2003011103



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Vivi Alif Laila

Jurusan/Fakultas : ESy/ FEBI

NPM : 2003011103

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa/ 07-05-2024	- Hasil wawancara Urusan, lihat sesuai dengan pertanyaan yang ada di APD	
2.	Rabu/ 08-05-2024	- Hasil wawancara Urusan sebanyak pertanyaan di APD (20).	
3.	Rabu/ 15-05-2024	- Analisis data \rightarrow Berlawanan dengan data lapangan	
4.	Jumat/ 17-05-2024	- Kesimpulan sinkronisasi dengan pertanyaan penelitian - Kesimpulan \rightarrow temuan yang ada di lapangan.	
5.	Senin/ 20-05-2024	- Hasil wawancara - Tappn ada yang ketik tebal - Analisis Data \rightarrow tak perlu menyisipkan/memulis ulang hasil wawancara & Foot Note - Kesimpulan fokus pada pertanyaan penelitian	

Dosen Pembimbing

Suci Hayati, S.Ag., M.S.I.
NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

Vivi Alif Laila
NPM. 2003011103



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Vivi Alif Laila

Jurusan/Fakultas : ESy/ FEBI

NPM : 2003011103

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
6.	Kamis/30-05-2024	Ade Skripsi untuk dimunagasyahkan	

Dosen Pembimbing

Suci Hayati, S.Ag., M.S.I.
NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

Vivi Alif Laila
NPM. 2003011103

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro bernama Ica



Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro bernama Risky Dwy dan Tiara



Wawancara dengan Mahasiswa UM Metro bernama Delia, Meli dan Dhella



Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim bernama Caca dan Salsa



Wawancara dengan Mahasiswa IAI Agus Salim bernama Anandita



Wawancara dengan Mahasiswa UMALA bernama Mala dan Fani



Wawancara dengan Mahasiswa UMALA bernama Nurul

KEABSAHAN DATA

KEY LOVE

BOUTIQUE
 Jl. Merica No.3 Iringmulyo Metro Timur 15A Kota Metro Lampung
 081279172367

19/2/2024 16:24 #8232

Kemeja Lokal Premium	
1x 40.000	40.000
Kemeja Brand Premium	
1x 35.000	35.000

Item: 2

Total	Rp75.000
Tunai	Rp100.000
Kembali	Rp25.000
	Lunas

Live tt xxxgbtz



Mohon maaf barang yang sudah di beli tidak dapat ditukar kembali
 Dicitak:19 Feb 2024 16:26

KEY LOVE

BOUTIQUE
 Jl. Merica No.3 Iringmulyo Metro Timur 15A Kota Metro Lampung
 081279172367

19/2/2024 16:24 #8232

Kemeja Lokal Premium	
1x 40.000	40.000
Kemeja Brand Premium	
1x 35.000	35.000

Item: 2

Total	Rp75.000
Tunai	Rp100.000
Kembali	Rp25.000
	Lunas

Live tt xxxgbtz



Mohon maaf barang yang sudah di beli tidak dapat ditukar kembali
 Dicitak:19 Feb 2024 16:24

KEY LOVE

BOUTIQUE
 Jl. Merica No.3 Iringmulyo Metro Timur 15A Kota Metro Lampung
 081279172367

19/2/2024 16:25 #8233

Kemeja Lokal Premium	
1x 50.000	50.000

Item: 1

Total	Rp50.000
Tunai	Rp50.000
	Lunas

Pegawai: Ajeng Yolanda



Mohon maaf barang yang sudah di beli tidak dapat ditukar kembali
 Dicitak:19 Feb 2024 16:25

KEY LOVE

Key love id
 Jl. Merica No.3 Iringmulyo Metro Timur 15A Kota Metro Lampung
 081279172367

4/2/2024 12:52 #2429

Blouse premium	
1x 65.000	65.000

Item: 1

Total	Rp65.000
Tunai	Rp100.000
Kembali	Rp35.000
	Lunas

Terima kasih
 Dicitak:11 Mar 2024 12:52



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Vivi Alif Laila adalah penulis skripsi ini. Lahir di Metro Provinsi Lampung, pada tanggal 18 Desember 2001. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Erwan Nurhadi dan Khoirima Inawati. Penulis bertempat tinggal di Jl. Nangka, Kel.Banjarsari, Kec. Metro Utara. Peneliti memulai pendidikan taman kanak-kanak di TK perwanida Metro selama 1 tahun dan menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Pertiwi Teladan Metro lulus pada tahun 2014, kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 06 Metro lulus pada tahun 2017. Dan melanjutkan sekolah menengah atas di SMKN 1 Metro lulus pada tahun 2020. Dengan jurusan OTKP Atau dikenal dengan otoatisasi tata kelola perkantoran. Dan melanjutkan Perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri Metro dengan prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.