

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini terdiri dari 4 variabel, yang diantaranya terdiri dari gaya hidup, harga, kualitas produk sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Penelitian dilakukan secara *offline* dengan menggunakan *google form* yang diisi langsung melalui *link* yang disebarluaskan peneliti dan dikumpulkan juga dengan menggunakan kuesioner yang *diprint* dan dibagikan langsung kepada responden dengan objek pada penelitian *thrift shop*. Penelitian ini mengajukan 3 hipotesis penelitian yang sudah dibuktikan hasilnya, yaitu sebagai berikut:

1. Gaya Hidup berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Thrift Shop* di Kota Padang.
2. Harga Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Thrift Shop* di Kota Padang.
3. Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Thrift Shop* di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Mengacu pada kesimpulan di atas, maka implikasi dari penelitian ini baik itu secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen, khususnya pada konteks pembelian produk *thrift shop*

sebagai bagian dari pasar alternatif. Temuan menunjukkan bahwa gaya hidup, harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menegaskan bahwa perilaku konsumsi konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi semata, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Dalam konteks *thrift shop*, konsumen memaknai proses pembelian sebagai bentuk ekspresi gaya hidup, preferensi nilai, serta cara merespons tren sosial yang berkembang.

Selain itu, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai bagaimana persepsi harga yang wajar dan penilaian kualitas khususnya aspek estetika yang membentuk keputusan pembelian pada produk bekas. Temuan ini menguatkan teori perilaku konsumen berbasis nilai (*value-based consumption*), di mana konsumen tidak hanya mengejar harga rendah, tetapi juga mempertimbangkan manfaat, kualitas visual, serta nilai simbolik produk. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model konseptual yang lebih komprehensif terkait perilaku konsumen pada sektor fesyen berkelanjutan dan pasar nonkonvensional.

2. Implikasi praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan arahan strategis bagi pelaku usaha *thrift shop* di Kota Padang dalam menyusun strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen dan dinamika regulasi perdagangan pakaian bekas. Temuan mengenai gaya hidup menunjukkan bahwa konsumen, terutama kalangan muda, memandang aktivitas thrifting sebagai bagian dari identitas dan tren sosial. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengembangkan strategi pemasaran yang menekankan nilai gaya hidup, seperti

konsep fesyen berkelanjutan dan keunikan produk, dengan memanfaatkan media sosial serta ulasan konsumen sebagai sarana pembentukan citra usaha.

Dari sisi harga dan kualitas produk, hasil penelitian menegaskan bahwa konsumen sangat memperhatikan kesesuaian harga dengan manfaat serta kondisi fisik dan estetika barang. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk menerapkan penetapan harga yang transparan dan proporsional, disertai dengan proses kurasi dan perawatan produk yang lebih ketat sebelum dijual. Penataan produk yang menarik, kebersihan barang, serta seleksi kualitas menjadi strategi penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Dengan mengintegrasikan pengelolaan gaya hidup konsumen, strategi harga berbasis nilai, dan peningkatan kualitas produk, *thrift shop* diharapkan mampu menjaga daya saing usaha secara berkelanjutan dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah memberikan hasil yang jelas dan relevan dengan tujuan yang ditetapkan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Keterbatasan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan perbaikan bagi penelitian selanjutnya agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Adapun keterbatasannya sebagai berikut:

1. Peneliti hanya berfokus pada objek *thrift shop* di kota Padang.
2. Responden penelitian sebagian besar berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang cenderung memiliki pola konsumsi berbeda dengan kelompok pekerja atau masyarakat umum.
3. Responden yang didominasi oleh perempuan, sehingga hasil penelitian cenderung lebih merepresentasikan perilaku dan preferensi konsumen *thrift shop* dari sudut pandang perempuan.

4. Variabel yang digunakan hanya terbatas pada tiga faktor utama, yaitu gaya hidup, harga, dan kualitas produk. Padahal, keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dan keterbatasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi acuan bagi penelitian berikutnya, antara lain:

1. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Sehubungan dengan keterbatasan penelitian yang hanya berfokus pada responden di Kota Padang, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan karakteristik responden agar hasil penelitian dapat menggambarkan perilaku konsumen thrift shop secara lebih beragam dan memiliki daya generalisasi yang lebih kuat. Perluasan ini diharapkan mampu menangkap perbedaan pola konsumsi berdasarkan latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda.

Selain itu, mengingat masih terdapat indikator dengan nilai rata-rata relatif lebih rendah, khususnya pada dimensi aktivitas dan durasi berbelanja konsumen, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi intensitas aktivitas belanja secara lebih mendalam. Penambahan variabel seperti pengalaman berbelanja, kepercayaan konsumen, promosi digital, maupun persepsi

risiko dapat menjadi alternatif untuk melengkapi model penelitian dan menjelaskan variasi keputusan pembelian yang belum terakomodasi dalam penelitian ini.

2. Saran bagi Pelaku Usaha Thrift Shop

Berkaitan dengan temuan bahwa beberapa indikator kualitas produk, khususnya terkait kemampuan dan fungsi barang, memiliki nilai rata-rata lebih rendah dibandingkan indikator estetika, pelaku usaha thrift shop di Kota Padang disarankan untuk meningkatkan kualitas kurasi produk serta kejelasan informasi mengenai kondisi dan fungsi barang. Langkah ini penting untuk meminimalkan keraguan konsumen dan meningkatkan keyakinan dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Selanjutnya, mengingat persepsi harga yang mampu bersaing dan dapat diterima oleh semua kalangan belum menjadi indikator dengan nilai tertinggi, pelaku usaha disarankan untuk menerapkan strategi harga yang lebih transparan dan komunikatif. Penegasan kesesuaian antara harga dan manfaat produk, didukung dengan penataan toko dan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman, diharapkan mampu meningkatkan durasi serta aktivitas konsumen saat berbelanja, sehingga keputusan pembelian dapat terbentuk secara lebih optimal.