

BAB IV

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

Fenomenologi Pembeli Pakaian Bekas Kelas Menengah Membeli Pakaian Bermerk di Toko Pakaian Bekas (Studi Dua Toko Pakaian Bekas di Kota Padang). Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini adalah; 1. Mendeskripsikan *because motive* masyarakat kelas menengah ke atas membeli pakaian bermerk di toko pakaian bekas di Kota Padang. 2. Mendeskripsikan *in order to motive* masyarakat kelas menengah ke atas membeli pakaian bermerk di toko pakaian bekas di Kota Padang.

Because Motive merupakan faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu dimana tindakan seseorang tidak muncul begitu saja, melainkan melalui proses yang panjang dan penuh pertimbangan. *Because of Motive* merujuk pada masa lalu yang artinya tindakan dilakukan oleh seseorang memiliki alasan dan pengetahuan yang terdapat pada masa lalu sehingga Schutz mengatakan bahwa pengalaman dimasa lalu ini membuat manusia dianggap sebagai makhluk pra empiris, dimana pengalaman dianggap sebagai keberadaan individu sebelum fenomena tersebut dilakukan. Sederhananya *because motive* bisa dikatakan sebagai sebab seseorang melakukan sesuatu. *Because motive* pada penelitian ini ialah kepuasan diri sendiri, menambah kepercayaan diri, kualitas bahan yang bagus, dan desain yang lebih variatif dan tidak pasaran.

Motif muncul akibat adanya sesuatu yang diharapkan dimasa yang akan datang dari tindakan yang dilakukan, hal semacam ini biasanya disebut dengan *in*

other to motive. Banyak sekali bisa kita temui orang-orang melakukan suatu tindakan di dasari oleh *in other to motive*, salah satunya ialah motif seseorang dalam membeli pakaian bekas. Adapun *in other to motive* dalam penelitian ini adalah penghargaan dari orang lain, menjadi pusat perhatian, menaikkan status social, dan menjadi invertasi.

4.2 SARAN

Bardasarkan hasil dari penelitian yang berjudul Motif masyarakat kelas menengah ke atas membeli pakaian bermerk di toko pakaian bekas (Studi Dua Toko Pakaian Bekas di Kota Padang), maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut;

1. Untuk masyarakat kelas menengah keatas pakaian bekas ini bisa menjadi alternatif bagi sebagian orang yang ingin terlihat fashionable maupun terlihat branded dengan membeli pakaian bekas yang harganya jauh lebih murah dibandingkan membeli pakaian branded itu dengan kondisi baru
2. Seluruh informan penelitian ini adalah laki-laki. Maka hanya pengetahuan dan pengalaman laki-laki saja yang di gunakan untuk menjawab tujuan penelitian ini, maka penelitian ini sebaiknya dilanjutkan oleh peneliti lain dengan melihat pengetahuan dan pengalaman perempuan mengenai tren fashion pakaian bekas.