



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Gaya hidup juga bisa mempengaruhi seseorang untuk tidak bisa membedakan kebutuhan primer dan sekunder, seperti halnya ketika seseorang menjadikan sandangan sebagai kebutuhan primer dari pada kebutuhan yang lainnya. Gaya hidup tidak tercipta dengan sendirinya karena gaya hidup merupakan hasil dari interaksi sosial seseorang dengan lingkungannya. Pada zaman yang modern ini kehidupan masyarakat seringkali berubah-ubah tanpa ada yang bisa mengontrolnya. Masyarakat seperti dipaksa menuju post-modern yang diiringi dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam masyarakat akibat dari konsumsi yang berlebihan. Salah satu perubahan sosial dalam kemajuan belakangan ini adalah berbagai gaya hidup berpakaian. Gaya hidup dalam berpakaian telah menjadi bagian dari kehidupan sosial di masyarakat modern sebagai fungsi dari diferensiasi sosial. Melalui gaya hidup, para konsumen dianggap membawa kesadaran atau kepekaan yang lebih tinggi terhadap proses konsumsi.

Umumnya pakaian bekas sudah tidak asing lagi bagi masyarakat kita sekarang, khususnya bagi muda-mudi masa kini. Muda-mudi dewasa ini lebih terpengaruh dan terdorong untuk mengikuti fashion zaman sekarang, hal tersebut menyebabkan muda-mudi melakukan tindakan pembelian untuk pemenuhan hasrat untuk mengikuti fashion dan tindakan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak hanya pembelian atas pakaian dan barang-



barang fashion yang baru tetapi sekarang para beralih untuk menggunakan dan membeli barang-barang fashion yang bekas dikarenakan harga yang lebih murah dengan brand yang ternama dan kualitas yang masih baik. Bisnis pakaian bekas saat ini sangat berkembang pesat dan diminati masyarakat, baik yang berbentuk pasar tradisional atau toko, karena bisnis ini juga dapat dikatakan unik juga sebagai salah satu solusi keuangan anak-anak muda yang terbatas, dimana mereka haus dan memiliki keinginan akan pakaian tersebut, dan jenis pakaian yang dijual biasanya sangat terbatas.

Di kota Tembilahan ada beberapa tempat penjualan pakaian bekas seperti : Pasar Kayu Jati, Pasar Jongkok, dan Toko-Toko. Pasar Kayu Jati merupakan pasar yang terletak di Jalan Kayu Jati parit 10 Tembilahan Hulu yang menjual pakaian bekas. Yang bersebelahan dengan pasar ikan dan sayur di Pasar Kayu Jati. Meskipun bukan satu-satunya pusat penjualan pakaian bekas impor, pasar Kayu Jati termasuk pusat pakaian bekas yang sudah lama ada, sejak puluhan tahun lalu. Produk dari pasar sambu merupakan produk kebutuhan sandang seperti baju, celana, sepatu , tas dan lain-lain.

Dalam pengembangan suatu usaha atau bisnis, konsumen memegang peranan penting untuk menunjang eksistensi usaha dan membantu suatu usaha untuk dapat bersaing dengan usaha lainnya. Konsumen memiliki perilaku dan sikap yang berbeda-beda menanggapi setiap produk yang ditawarkan. Konsumen juga memiliki hak untuk memilih produk sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh konsumen. Seiring dengan berkembangnya zaman dan gaya hidup masyarakat maka menciptakan keinginan yang berbeda-beda yang



disesuaikan dengan : kelas sosial dan ekonomi, kebudayaan, dan keinginan pribadi dari masyarakat ataupun konsumen itu sendiri. Sebelum konsumen melaksanakan kegiatan pembelian atas suatu produk, terlebih dahulu konsumen harus merasakan dan mengalami ketertarikan atas suatu produk (minat beli).

Tabel 1 : Jumlah Penjual Pakaian Bekas di Pasar Kayu Jati Tembilahan Tahun 2019

No	No Urut Toko	Jenis Pakaian						
		Baju	Celana	Tas	Jaket	Kaos Kaki	Pakaian Dalam	Gorden/ Sprey/ Bantal Kursi
1.	Toko 1	√	√					
2.	Toko 2	√				√		
3.	Toko 3	√						
4.	Toko 4	√			√			
5.	Toko 5	√			√			
6.	Toko 6	√			√			
7.	Toko 7					√		
8.	Toko 8	√	√			√		
9.	Toko 9	√	√			√		
10.	Toko 10	√					√	
11.	Toko 11	√					√	
12.	Toko 12	√						√
13.	Toko 13							√
14.	Toko 14							√
15.	Toko 15							√
16.	Toko 16	√	√					
17.	Toko 17	√	√					
18.	Toko 18	√	√					
19.	Toko 19	√	√					
20.	Toko 20	√	√					
21.	Toko 21	√	√					
22.	Toko 22	√	√					
23.	Toko 23	√	√					
24.	Toko 24	√	√					
25.	Toko 25	√	√					
26.	Toko 26	√	√					
27.	Toko 27			√				
28.	Toko 28			√				
29.	Toko 29							



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

30.	Toko 30	√						
31.	Toko 31	√						
32.	Toko 32	√			√	√		
33.	Toko 33	√			√	√		
34.	Toko 34	√			√	√		
35.	Toko 35				√	√		
36.	Toko 36				√	√		
37.	Toko 37				√	√		
38.	Toko 38				√	√		
39.	Toko 39				√	√		
40.	Toko 40				√	√		
41.	Toko 41							√
42.	Toko 42							√
43.	Toko 43	√	√	√				√
44.	Toko 44	√	√	√				√
45.	Toko 45	√	√					√
46.	Toko 46	√	√					
47.	Toko 47	√	√					
48.	Toko 48	√	√					
49.	Toko 49					√		
50.	Toko 50					√		
51.	Toko 51				√	√		
52.	Toko 52				√	√		
53.	Toko 53				√	√		
54.	Toko 54				√	√		
55.	Toko 55		√		√			
56.	Toko 56		√		√			
57.	Toko 57		√		√			
58.	Toko 58					√	√	
59.	Toko 59					√	√	
60.	Toko 60					√	√	
61.	Toko 61	√	√					
62.	Toko 62	√	√					
63.	Toko 63				√	√		
64.	Toko 64				√	√		
65.	Toko 65				√	√		
66.	Toko 66				√	√		
67.	Toko 67	√	√		√			
68.	Toko 68	√	√		√			
69.	Toko 69	√	√		√			
70.	Toko 70	√	√		√			
71.	Toko 71	√	√		√			
72.	Toko 72	√	√		√			
73.	Toko 73				√	√		



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

74.	Toko 74				√	√		
75.	Toko 75				√	√		
76.	Toko 76	√	√		√			
77.	Toko 77	√	√		√			
78.	Toko 78	√	√		√			
79.	Toko 79	√	√		√			
80.	Toko 80	√	√		√			
81.	Toko 81	√	√		√			
82.	Toko 82	√	√					
83.	Toko 83	√	√					
84.	Toko 84	√	√					
85.	Toko 85	√	√					
86.	Toko 86	√	√					
87.	Toko 87	√	√					
88.	Toko 88	√	√		√	√	√	
89.	Toko 89				√	√	√	
90.	Toko 90				√	√	√	
91.	Toko 91				√	√	√	
92.	Toko 92				√	√	√	
93.	Toko 93	√	√					
94.	Toko 94	√	√					

Sumber : Pasar Tradisional Kayu Jati

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa banyak jenis pakaian bekas yang di jual di pasar Kayu Jati, dari mulai sepatu, celana, pakaian, handuk, gorden dan lain sebagainya.

Minat konsumen adalah perilaku dimasa depan yang diantisipasi atau direncanakan. Dalam pasaran, niat (intension) seringkali dirangsang dengan meminta para responden untuk menunjukkan mana dari berikut ini yang paling tepat untuk menggambarkan rencana mereka berkaitan dengan produk atau jasa baru (Churchill, 2015; 95). Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai keinginan dan kebutuhan dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisis



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.

Sejak masa reformasi atau sekitar tahun 1997 saat krisis moneter, pakaian-pakaian bekas masuk ke Indonesia, dan di saat itulah masyarakat Indonesia lebih memilih membeli pakaian bekas yang banyak dijual bebas di mana-mana. Kemunculan pasar baju bekas ini tidak berjalan merata. Pasar baju bekas di Sumatera, Batam, Kalimantan, dan Sulawesi misalnya, lebih dulu muncul daripada di Jakarta, Bandung, Yogya, Surabaya dan sekitarnya. Untuk di Provinsi Riau sendiri, menjamurnya baju bekas terlebih dahulu di mulai di daerah Tembilahan dan baru berangsur-angsur ke daerah lainnya termasuk Kota Pekanbaru. Walaupun ada pelarangan baju bekas impor masuk ke Indonesia, namun penyelundupan pakaian bekas masih tetap marak. Pakaian bekas itu rata-rata memang masih layak pakai, seringkali berasal dari Singapura atau Malaysia, dan harganya memang murah dibandingkan pakaian baru. Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah dipakai sebelumnya oleh orang lain. Menjual pakaian bekas merupakan perdagangan bebas yaitu perdagangan antar negara tanpa kerumitan birokrasi atau aturan (pajak, kuota ekspor dan impor, peraturan negara tentang proteksi).

Pakaian bekas merupakan salah satu target masyarakat untuk mendapat *style* yang berbeda dengan yang lain, karena kebanyakan pakaian bekas mempunyai merek ternama di luar negeri dan model pakaian yang tidak pasaran. Di sisi lain pakaian bekas ini tidak terlalu mahal sehingga dapat menghemat pengeluaran. Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah



dipakai sebelumnya. Dan Pakaian bekas ini di impor dari luar negeri, yaitu seperti Singapura, Malaysia, dan Korea.

Saat ini pengaruh-pengaruh budaya luar mudah masuk dan ikut mewarnai kehidupan individu. Seseorang dapat memperoleh berbagai informasi tanpa susah payah, misalnya melalui media audio, visual, dan audio-visual. Sadar atau tidak sadar, individu mentransfer informasi-informasi tersebut, sehingga tidak sedikit dari individu menjadi terpengaruh. Pengaruh media lain juga besar dampaknya pada kehidupan seseorang, yaitu media televisi. Misalnya saja pengaruh film, melalui gambar dan suara, film mampu mendorong seseorang menjadi tertarik untuk mengikuti gaya berpakaian dan bertingkah laku seperti di film tersebut. Seseorang yang tidak mempunyai pendirian pasti akan selalu mengikuti gaya yang seorang model film pakai. Dengan begitu individu akan selalu mencari cara agar mereka bisa mengikuti gaya seorang model di film. Semua lapisan kalangan dapat terpengaruh oleh hal-hal seperti itu, termasuk golongan remaja. Mereka mengalami gejala-gejala yang berlebihan contohnya individu selalu ingin memiliki barang tertentu atau menggunakan produk tertentu untuk suatu keperluan. Individu merasa tidak moderen atau merasa ketinggalan zaman bila tidak memiliki barang atau barang yang mencirikan hal yang modern menurut yang dilihat di film tersebut, walaupun banyak cara lain yang terkesan tidak modern yang barangkali lebih cocok bagi dirinya. Jadi, orang dirangsang untuk berpacu dengan orang lain dalam hal pemilikan barang, akibatnya orang mudah kehilangan kepercayaan diri, menjadi kecewa kepada diri sendiri dan akhirnya tidak mempunyai nilai

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

harga diri pada diri individu dan akan merasa kalah, tidak berharga dalam hal pemakaian barang untuk diri individu. Untuk itu banyak cara yang ditempuh oleh individu dalam menghadapi laju kehidupan. Misalnya, mereka membeli pakaian bekas di pasar Kayu Jati Tembilahan. Karena disana terdapat produk yang bisa meningkatkan kepercayaan diri seseorang dan agar dapat dianggap orang lain memiliki harga diri yang tinggi karena orang akan melihat individu tersebut mampu memakai pakaian yang mempunyai merek yang baik meskipun barang tersebut hanya pakaian bekas akan tetapi orang lain tidak akan mengetahui apakah pakaian atau barang tersebut adalah pakaian bekas yang dibeli di pasar Kayu Jati Tembilahan. Kebutuhan individu sebagai pendorong untuk membeli pakaian bekas tersebut untuk meningkatkan kepercayaan dirinya. Biasanya individu seperti itu dipengaruhi dari lingkungan seperti dari keluarga ataupun dari teman bergaulnya.

Minat beli merupakan tahapan penting yang harus dilalui konsumen sebelum memutuskan untuk melaksanakan kegiatan pembelian suatu produk. Minat beli sendiri dapat diidentifikasi sebagai berikut: minat beli yang dimana konsumen cenderung melaksanakan kegiatan pembelian, minat beli yang dimana konsumen cenderung memberikan saran kepada orang lain untuk membeli produk tersebut, minat beli yang dimana konsumen memilih suatu produk menjadi pilihan utama, minat beli yang dimana konsumen mencari tau informasi tentang suatu produk. Pentingnya memahami keinginan konsumen dalam produk yang diinginkanya telah menjadi perhatian pada berbagai industri, termasuk industri. Produsen dituntut cermat dan pintar untuk



melakukan pemasaran agar terciptanya keputusan pembelian oleh konsumen terhadap produknya.

Dari latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Faktor-Faktor Minat Beli Konsumen Pada Pakain Bekas (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Kayu Jati di Tembilahan) ”**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat di ambil suatu rumusan masalah Faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat konsumen membeli pakaian bekas pada pasar Tradisional Kayu Jati di Tembilahan ?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat konsumen dalam pembelian pakaian bekas pada pasar Tradisional Kayu Jati di Tembilahan.

2. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

a. Penulis

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai seberapa besar faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada produk pakaian bekas pada pasar Tradisional Kayu Jati di Tembilahan.



b. Bagi pihak lain

Dapat menambah pengetahuan bagi pemilik perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan.

D. Sistematika Penulisan

Secara umum sistematika penulisan disusun menjadi 6 (enam) bab dan pada setiap bab akan terdiri dari beberapa sub bab. Kemudian antara bab yang satu dengan bab yang lainnya akan saling keterkaitan satu dengan yang lainnya seperti diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini adalah pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Yaitu mengemukakan teori-teori yang terkait dengan minat beli dan keputusan pembelian selanjutnya penulis menyajikan hipotesis, kerangka pemikiran dan variabel penelitiannya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menyajikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisa data.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bagian ini akan diuraikan tentang sejarah singkat organisasi, struktur organisasi, dan aktivitas perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan dijelaskan isi pokok penelitian, meliputi deskripsi data dan ketepatan model, hasil penelitian, dan pembahasan serta hasil analisa data menggunakan spss veri 24.

BAB VI : PENUTUP

Yaitu menyajikan beberapa kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran yang dapat disumbangkan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN