



# Pengaruh Harga dan Variasi Produk Thrift terhadap Minat Beli Konsumen Pasar Terong di Makassar

## The Effect of Price and Product Variety in Thrift Stores on Consumer Purchasing Interest in the Pasar Terong in Makassar

Anugrah Firmansyah<sup>1</sup>, Norhaedah K<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

\* Corresponding Author

Email : [nurhaedah.dty@uim-makassar.ac.id](mailto:nurhaedah.dty@uim-makassar.ac.id)

**Keywords:**

Price,  
Product Variety,  
Thrift,  
Purchase Interest

**Kata Kunci:**

Harga;  
Variasi Produk;  
Thrift;  
Minat Beli

**ABSTRACT**

*This type of research is quantitative research. The research sample consists of consumers aged 17 to 30 years who buy thrift items at the Pasar Terong in Makassar. Data was collected using questionnaires. The variables in this study are independent variables, namely price and product variety, and dependent variables, namely purchasing interest.*

*The results of the study indicate that (1) Price yielded a calculated t-value of 1.606, so the calculated t-value is smaller than the table t-value of 1.993. Based on these test results, it can be stated that price has a negative and significant effect on the purchase intention of thrift items at the Pasar Terong in Makassar. (2) Product variety yielded a calculated t-value of 4.254, which is greater than the table t-value of 1.993. Based on the test results, it can be stated that product variety has a positive and significant effect on thrift purchasing interest in the Pasar Terong in Makassar. (3) Price and product variety yielded a calculated F value of 21.267, which is greater than the table F value of 3.122, meaning that price and product variety simultaneously have a positive and significant overall effect on thrift purchasing interest in the Pasar Terong in Makassar.*

**ABSTRAK**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah konsumen berusia 17 tahun sampai 30 tahun yang membeli thrift pada pasar terong di Makassar. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu harga dan variasi produk dan variabel dependen yaitu minat beli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Harga dihasilkan nilai t hitung sebesar 1,606, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel 1,993. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat dinyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli thrift pada pasar terong dikota Makassar (2) Variasi Produk dihasilkan nilai t hitung sebesar 4,254, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel 1,993. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka dapat dinyatakan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli thrift pada pasar terong dikota Makassar. (3) Harga dan variasi Produk dihasilkan nilai f hitung sebesar 21,267 lebih besar dari f tabel 3,122 yang artinya harga dan variasi produk secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara keseluruhan terhadap minat beli thrift pasar terong dikota Makassar.

## A. PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman saat ini manusia sebagai makhluk hidup selalu memiliki kebutuhan untuk dipenuhi. Dalam ekonomi kebutuhan primer memiliki intensitas yang paling tinggi, karena kebutuhan primer merupakan kebutuhan utama atau kebutuhan pokok manusia untuk bertahan hidup. Kebutuhan primer terdiri dari sandang (pakaian), pangan (makanan & minuman), dan juga papan (tempat tinggal). Kebutuhan setiap manusia tidak dapat dipisahkan dari sandang (pakaian).

Revolusi Industri abad ke-19 memperkenalkan produksi pakaian secara massal, yang merubah cara orang memandang dunia mode. Pakaian diperjual belikan dengan harga yang rendah pada saat itu. Hal ini menyebabkan pakaian menjadi barang sekali pakai. Dari perspektif pakaian sebagai barang sekali pakai, akhirnya muncul peningkatan pada penggunaan baju bekas. Hal tersebut menyebar ke berbagai negara termasuk Indonesia.

Seiring dengan berkembangnya kebutuhan akan sandang (pakaian). Perdagangan internasional di bidang industri pakaian juga semakin meningkat, baik dalam negeri maupun luar negeri. Banyak variasi produk yang sudah di perjual belikan ke negara lain. Hal ini tak luput di negara kita sendiri yaitu Indonesia. Melihat pertumbuhan industri pakaian nyatanya membawa ancaman kerusakan lingkungan akibat limbah tekstil. Dengan adanya ancaman ini masyarakat pun tersadarkan dengan bukti berkembangnya trend *thrifting*. Sebutan *thrifting* sendiri merupakan sebutan yang dipakai untuk masa kini sebagai pengganti barang bekas atau pakaian bekas.

Kemunculan *thrifting* merupakan aktivitas berbelanja barang bekas pakai atau barang kuno yang memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan harga aslinya. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang (Mahyus et al. 2022). *Thrifting* juga merupakan kegiatan untuk mencari barang *secondhand stuff* ditempat-tempat tertentu yang menjual barang bekas. Aktivitas *thrifting* ini merupakan cara untuk menghemat kebutuhan remaja dalam memenuhi gaya hidupnya (Hayati & Susilawati 2021).

Sekarang tidak perlu mengeluarkan uang banyak dan harus cari barang baru untuk *fashionable*, karena jaman sekarang *fashion thrifting* adalah pilihan tepat untuk membeli barang-barang bekas dengan variasi produk yang bermacam-macam dan dalam rangka melakukan penghematan biaya menggunakan uang dengan efisien. Tidak hanya sekedar membeli barang bekas yang murah saja, berbelanja *thrift* memiliki sensasi kepuasan tersendiri ketika bisa mendapatkan barang yang langka dengan harga yang lebih murah.

*Thrift* berasal dari kata *thrive* yang berarti berkembang atau maju. Kata *thrifty* sendiri dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang lainnya secara baik dan efisien. Sehingga *thrifting* bukan hanya sekedar membeli barang bekas, namun bagaimana kepuasan pribadi jika bisa mendapatkan barang yang bagus atau *Langkah* dengan setengah harga atau lebih murah (Setiyaningsih 2020).

Dalam arti lainnya *thrift* adalah barang bekas yang berasal dari lokal maupun impor barang-barang ini kembali dengan harga yang murah tentu dengan kualitas yang baik. Barang *thrift* bukanlah barang yang 100% utuh kualitasnya, juga ada beberapa barang yang masih terlihat bagus dan bahkan terlihat masih berkualitas.

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 pakaian sangat murah dan orang mengira pakaian itu hanya untuk sekali pakai (*Disposable*).

Tren thrift ini bermula dari meningkatnya kesadaran masyarakat akan keberlanjutan (*sustainability*). Dapat dikatakan dalam hal ini, masyarakat telah memahami bahwa baju bekas merupakan sumber limbah dunia yang sangat besar. Melalui aktivitas ini, maka baju bekas yang seharusnya dibuang oleh pemiliknya, kini dapat digunakan kembali oleh orang lain.

Thrift adalah suatu Langkah yang mana dapat menyelamatkan bumi dengan cara meminimalisir limbah-limbah tekstil yang mana limbah-limbah sebagian besar berasal dari barang-barang yang sulit untuk diuraikan. Selain dapat ramah lingkungan thrifting disini memiliki berbagai manfaat, antara lain :

- a. Budget yang murah dengan kualitas yang lumayan bagus.
- b. Kita dapat menemukan pakaian yang unik atau langka.

Adapun faktor yang dapat mendorong para masyarakat untuk melakukan kegiatan thrifting yaitu:

- a. Faktor lingkungan pertemanan
- b. Faktor hobi
- c. Faktor keluarga
- d. Faktor ekonomi

## **B. METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:17) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti, analisis pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, metode disebut metode kuantitatif karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Menurut Sugiyono (2021:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli thrift dipasar terong, kota Makassar.

Sampel menurut Sugiyono (2021:123) bagian dari populasi yang diambil melalui cara tertentu dan juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Penentuan jumlah sampel adalah diambil dari konsumen yang membeli thrift pada 2 penjual thrift dipasar terong, kota Makassar yang berjumlah 300 konsumen.

Dari populasi yang ada di dipasar terong, peneliti memutuskan menggunakan rumus Slovin sehingga konsumen diperoleh hasil sebesar 75 konsumen. Sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 75 konsumen, pasar terong kota makassar.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi observasi, yang meliputi pemantauan terhadap suatu objek penelitian dengan participant observation yaitu obeservasi yang melibatkan

peneliti secara langsung dalam kegiatan sehari-hari pada objek yang diamati yang digunakan sebagai sumber data penelitian (K, N., Nadhar, and Fadli 2022).

## 2. Kuesioner

Kuesioner juga dikenal sebagai angket yaitu sebagai metode pengumpulan data yang meminta responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis Arikunto (2019:194).

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mencatat dokumen-dokumen. yang isinya terdiri atas penjelasan dan pemikiran terhadap peristiwa dengan sengaja untuk menyimpan keterangan peristiwa tersebut.

## Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Saptutyingsih (2019:164) menyatakan bahwa validitas merupakan ketetapan alat ukur dalam mengukur objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik teks pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur.

### 2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Ghozali (2018: 52) menegaskan bahwa suatu kuesioner dikatakan reliable atau dapat dipercaya jika tanggapan responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliable (layak) jika nilai cronbach alpha > 0,60 dan dikatakan tidak reliable jika nilai cronbach alpha < 0,60.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independent dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak

#### b. Uji multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen (Ghozali, 2018:105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi diantara variabel bebas dan terikat.

#### c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dan residual suatu pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137).

### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Arifin (2017:35) pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Model analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar

pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:69).

$$y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

b<sub>1</sub> = koefisien regresi variabel kualitas produk

b<sub>2</sub> = koefisien regresi variabel harga

X<sub>1</sub> = kualitas produk

X<sub>2</sub> = Harga

e = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variable Y

## 5. Uji Hipotesis

Sugiyono (2021:99) mengatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t berfungsi untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel secara parsial (Ghozali, 2018:98).

### b. Uji hipotesis simultan (Uji f)

Ghozali (2018:98) menjelaskan bahwa uji f berfungsi untuk membuktikan apakah variabel-variabel independent (X) secara simultan (Bersama-sama) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara f hitung dan f table pada taraf signifikansi sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$ .

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil penelitian diantaranya:

#### 1. Analisis Regresi Berganda

#### Hasil Uji Analisis Regresi berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Coefficientsa		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.200	3.217		5.036	0.000	
Harga	0.136	0.085	0.183	1.606	0.113	
Variasi Produk	0.321	0.075	0.485	4.254	0.000	

a. Dependent Variable: Minat Beli

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel bebas dan terikat adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta a yang didapat sebesar 16.200 berarti bahwa jika harga dan variasi produk dianggap konstan, maka akan menaikkan minat beli sebesar 16,200.
- b. Nilai koefisien variabel harga (X1) diperoleh sebesar 0.136. Nilai menunjukkan positif yang berarti setiap peningkatan harga akan berpotensi meningkatkan minat beli sebesar 0.136.
- c. Nilai koefisien variabel variasi produk (X2) diperoleh sebesar 0.321. Nilai menunjukkan positif yang berarti setiap peningkatan variasi produk akan berpotensi meningkatkan minat beli sebesar 0.321.

## 2. Uji Parsial (Uji-t)

### Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>					
Coefficientsa	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.200	3.217		5.036	0.000
Harga	0.136	0.085	0.183	1.606	0.113
Variasi Produk	0.321	0.075	0.485	4.254	0.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

#### 1. Harga (X1)

Berdasarkan uji t diatas dapat diketahui bahwa variabel harga memperoleh t hitung sebesar 1,606, sehingga t hitung lebih kecil dari ttabel ( $1,606 < 1,993$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,113 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,113 > 0,05$ ). H1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefinsien harga (X1) secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y).

#### 2. Variasi Produk (X2)

Berdasarkan uji t diatas dapat diketahui bahwa variabel variasi produk memperoleh t hitung sebesar 4,254, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,254 > 1,993$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). H2 diterima, sehingga dapat disimpulkan koefisiensi variasi produk (X2) secara persial berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

### 3. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	155.150	2	77.575	21.267	.000 <sup>b</sup>
Residual	262.637	72	3.648		
Total	417.787	74			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Variasi Produk, Harga

Diketahui bahwa nilai f tabel sebesar 3,122 dan dapat diketahui nilai f hitung sebesar 21,267 dan sig sebesar 0,000. Dengan nilai f tabel sebesar 3,122 maka diketahui nilai f hitung lebih besar dari f tabel ( $21,267 > 3,122$ ) artinya H1 ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Dapat disimpulkan bahwa harga dan variasi produk berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dan signifikan terhadap minat beli

#### Pembahasan:

##### 1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen thrift pada pasar terong di Makassar. Harga yang ditawarkan tidak mengurungkan niat konsumen untuk membeli thrift. Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa variabel harga memperoleh t hitung sebesar 1,606, sehingga t hitung lebih kecil dari t tabel ( $1,606 < 1,993$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,113 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,113 > 0,05$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli thrift pada pasar terong dikota Makassar.

##### 2. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen thrift pada pasar terong di Makassar. Berdasarkan uji t diatas dapat diketahui bahwa variabel variasi produk memperoleh t hitung sebesar 4,254, sehingga t hitung lebih besar dari ttabel ( $4,254 > 1,993$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli thrift pada pasar terong dikota Makassar.

##### 3. Pengaruh Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen thrift pada pasar terong di Makassar. Berdasarkan hasil uji f dapat diketahui nilai f hitung 21,267 lebih besar dari nilai f tabel 3,122 ( $21,267 > 3,122$ ) dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara keseluruhan terhadap minat beli.

#### **D. SIMPULAN**

Secara bersamaan harga dan variasi produk memiliki pengaruh terhadap minat beli. Minat beli konsumen sangat mempengaruhi minat maupun perilaku dari segi psikologis yang mampu memberikan motivasi sebagai penunjuk arah bagi individu untuk melaksanakan sesuatu yang diinginkan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, J. 2017. SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi. Jakarta: PT. Elex MediaKomputindo.
- Arikunto, S. 2019. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hayati, M, & Susilawati, N. 2021. Thrifting Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 4(3), 359–370.
- K, N., Nassar, Muhammad Nadhar, and F. Fadli. 2022. “Peran Pemberdayaan Dinas Koperasi Dan UMKM Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.” *YUME: Journal of Management* 5(3):45–63.
- Mahyus, M., B. Modding, A. Priyadi, and ... 2022. “Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Islam Makassar.” *SEIKO: Journal of ...* 5(1):478–93.