

**ANALISIS KOMPARATIF *FASHION LIFESTYLE*,
SELF IMAGE DAN *IMPULSE BUYING* PAKAIAN
THRIFTING PADA PASAR PAGI TUGU
PAHLAWAN DAN PASAR GEMBONG SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

IMAM BUHORI

NBI : 1121900005

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023

**ANALISIS KOMPARATIF *FASHION LIFESTYLE*,
SELF IMAGE DAN *IMPULSE BUYING* PAKAIAN
THRIFTING PADA PASAR PAGITUGU
PAHLAWAN DAN PASAR GEMBONG
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Disusun Oleh :
IMAM BUHORI
NBI : 1121900005**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Imam Buhori
NBI : 1121900005
Judul : Analisis Komparatif Fashion Lifestyle Self Image dan Impulse
Buying pakaian thrifting pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan dan Pasar
Gembong Surabaya

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NIDN : 0701016301

Surabaya, 26 Juni 2023
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1



Drs. Agung Pudjianto, M.M.
NIDN : 0719106701

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji

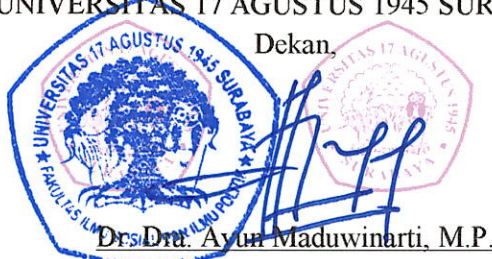
1. Drs. Agung Pudjianto, M.M.
Ketua
2. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
Anggota
3. Drs. Ute Ch. Nasution, M.S.
Anggota



Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



Drs. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NIDN : 0701016301

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Imam Buhori

NBI 1121900005

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Analisis Komparatif *Fashion Lifestyle, Self Image* dan *Impulse Buying Pakaian Thrifting* Pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan dan Pasar Gembong Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 12 Juni 2023
Yang membuat Pernyataan



600F7AKX522854252

Imam Buhori



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imam Buhori
NIM : 1121900005
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Analisis Komparatif Fashion Lifestyle, Self Image dan Impulse Buying pakaian *thrifting* pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan dan Pasar Gembong Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan


Imam Buhori

ABSTRAK

Tren *thrifting* yakni berburu baju bekas saat ini semakin meningkat di beberapa kota besar seperti kota Surabaya. Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti di dua lokasi yaitu Pasar Tugu Palawan Pagi dan Pasar Gembong Surabaya. Minat beli konsumen pada kedua wilayah tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat antusias untuk membeli pakaian bekas, namun penjual pakaian bekas masih belum mengetahui faktor yang mendorong konsumen membeli pakaian bekas sehingga terjadi pembelian impulsif (*Impulse Buying*). Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif. Dalam penelitian ini penulis akan berusaha mengkomparasikan beberapa variabel yang menjadi fokus amatan yaitu variabel *fashion lifestyle*, *self image* dan *impulse buying*. Berdasarkan hasil analisis komparasi menggunakan uji Independent T test pada variabel *Fashion Lifestyle*, *Self Image* dan *Impulse Buying* menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada perbedaan yang signifikan *Fashion Lifestyle*, *Self Image* dan *Impulse Buying* pada konsumen *thrifting* Pasar Pagi Tugu Pahlawan dan Pasar Gembong Surabaya. Bagi pemilik usaha pakaian *thrifting* Pasar Pagi Tugu Pahlawan maupun yang ada di Pasar Gembong Surabaya, Untuk pemilik usaha pakaian *thrifting* diharapkan dapat mengurangi impor pakaian bekas karena hal tersebut berdasarkan terbitnya peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022, sehingga pemilik usaha diharapkan menjual barang-barang baru yang memiliki nilai manfaat dan nilai prestise.

Kata Kunci : *Fashion Lifestyle, Self Image, Impulse Buying.*

ABSTRACT

The *thrifting* trend, namely hunting for used clothes, is currently increasing in several big cities such as the city of Surabaya. Based on preliminary research conducted by researchers in two locations, namely Tugu Palawan Pagi Market and Surabaya Gembong Market. Consumer buying interest in both regions shows that consumers are very enthusiastic about buying used clothes, but second-hand clothing sellers still do not know the factors that encourage consumers to buy used clothes so that impulse buying *occurs*. This research uses a quantitative research method approach. Quantitative research method is one type of research that is systematic, planned and clearly structured from the beginning to the making of the research design. The quantitative research method in this study uses comparative research. In this study, the author will try to compare several variables that are the focus of observation, namely the variables of *fashion lifestyle*, *self image* and *impulse buying*. Based on the results of comparative analysis using the Independent T test on the variables *Fashion Lifestyle*, *Self Image* and *Impulse Buying* shows that H_0 is accepted and H_a is rejected, meaning that there is no significant difference in Fashion Lifestyle, Self Image and Impulse Buying in *thrifting* consumers Tugu Pahlawan Morning Market and Surabaya Gembong Market. For *thrifting clothing business owners in Pasar Pagi Tugu Pahlawan and those in Pasar Gembong Surabaya*, *thrifting* clothing business owners are expected to reduce imports of used clothes because this is based on the issuance of the Minister of Trade Regulation Number 40 of 2022, so that business owners are expected to sell new items that have benefit value and prestige value.

Keywords : *Fashion Lifestyle, Self Image, Impulse Buying.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpah Rahmat dan nikmatnya. Tidak lupa sholawat serta salam senantiasa saya panjatkan puji dan syukur bagi Nabi Muhammad SAW. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Analisis Komparatif *Fashion Lifestyle, Self Image* dan *Impulse Buying* Pakaian *Thrifting* Pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan dan Pasar Gembong Surabaya”. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis Skripsi menyadari kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini tidak lepas dari dukungan secara langsung, bimbingan, saran serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis banyak berterima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi jalan, kelancaran, kesehatan, kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Bapak Hasan dan Alm Ibu Lilik Sriyani selaku kedua orang tua saya yang memberikan dukungan dan memberi doa disetiap langkah saya.
3. Kakak kandung saya Ahmad Sobirul dan Istrinya yang selalu memberikan support dalam penyusunan skripsi saya. Dan juga keponakan saya yang selalu menghibur saya.
4. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. Selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Drs. Agung Pudjianto, M.M. Selaku Dosen Pembimbing satu dan juga sekaligus Dosen Wali yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.
8. Dra. Sri Andayani, M.M. Selaku Dosen Pembimbing dua yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
9. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Para Staff tata usaha yang telah memberikan bantuan dalam proses administrasi dan juga memberikan informasi kepada peneliti selama ini.
11. Untuk pimpinan saya di CV Arimbi Adiputra, dan rekan-rekan kerja saya yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan dorongan hingga proses penyusunan skripsi ini selesai.

12. Untuk teman-teman seangkatan khususnya Adbis Sore 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya selama proses penyusunan skripsi.
13. Untuk sahabat saya teman seperjuangan sejak maba Nur Saadah yang selalu menemani penulis, mendengarkan keluh dan kesah penulis.
14. Untuk sahabat saya Mega Sri Utami dan Melina Dwi Andika Putri, yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
15. Untuk sahabat saya Nduty, Catur, dan Tara yang selalu menghibur penulis dan selalu memberikan dukungan.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan yang terbaik dan melindungi semua pihak yang telah membantu saya serta mendukung saya, sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan kelalaian dan keterbatasan waktu, oleh sebab itu penulis mohon maaf apabila terjadi kesalahan atau kekurangan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan

Surabaya, 10 Juni 2023
Penulis

Imam Buhori

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Keaslian	iv
Halaman Pernyataan Publikasi	v
Abstrak.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>Fashion Lifestyle</i>	15
2.2.2 <i>Self Image</i>	18
2.2.3 <i>Impulse Buying</i>	23
2.2.4 Perilaku Konsumen	26
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Definisi Konsep	31

2.3.1 <i>Fashion Lifestyle</i>	31
2.3.2 <i>Self Image</i>	31
2.3.3 <i>Impulse Buying</i>	31
2.4 Definisi Operasional.....	31
2.4.1 Indikator <i>Fashion Lifestyle</i>	31
2.4.2 Indikator <i>Self Image</i>	31
2.4.3 Indikator <i>Impulse Buying</i>	32
2.5 Pola Perbedaan Antar Variabel	32
2.6 Kerangka Dasar Pemikiran.....	33
2.7 Hipotesis.....	34
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Rancangan Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	37
3.3.1 Skala Pengukuran.....	37
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	38
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	42
3.4.1 Jenis Data	42
3.4.2 Sumber Data.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV	45
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Penyajian Data.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.2 Karakteristik Responden	48

4.1.3 Uji Instrumen	53
4.2 Tabulasi Data	55
4.2.1 Tabulasi Data Variabel <i>Fashion Lifestyle</i> Konsumen Pasar Pagi Tugu Pahlawan	55
4.2.2 Tabulasi Data Variabel <i>Self Image</i> Konsumen Pasar Pagi Tugu Pahlawan	57
4.2.3 Tabulasi Data Variabel <i>Impulse Buying</i> Konsumen Pasar Pagi Tugu Pahlawan	59
4.2.4 Tabulasi Data Variabel <i>Fashion Lifestyle</i> Konsumen Pasar Gembong Surabaya.....	60
4.2.5 Tabulasi Data Variabel <i>Self Image</i> Konsumen Pasar Gembong Surabaya	62
4.2.6 Tabulasi Data Variabel <i>Impulse Buying</i> Konsumen Pasar Gembong Surabaya.....	64
4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden	66
4.3.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Pasar Pagi Tugu Pahlawan.....	67
4.3.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Pasar Gembong Surabaya	69
4.3.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Nilai Tertinggi.....	73
4.3.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Nilai Terendah	75
4.4 Analisis Data.....	76
4.5 Pembahasan	81
BAB V	84
PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Rekomendasi.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	37
Tabel 3. 2 Interval Rata-rata Skor	38
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Pasar Pagi Tugu Pahlawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Pasar Gembong Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Pasar Pagi Tugu Pahlawan Berdasarkan Usia...50	
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Pasar Gembong Surabaya Berdasarkan Usia...50	
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Pasar Pagi Tugu Pahlawan Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Pasar Gembong Surabaya Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Pasar Pagi Tugu Pahlawan Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Pasar Gembong Surabaya Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel 4. 9 Uji Validitas	54
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4. 11 Tabulasi Data Variabel <i>Fashion Lifestyle</i> pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan	55
Tabel 4. 12 Tabulasi Data Variabel <i>Self Image</i> pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan	57
Tabel 4. 13 Tabulasi Data Variabel <i>Impulse Buying</i> pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan	59
Tabel 4. 14 Tabulasi Data Variabel <i>Fashion Lifestyle</i> pada Pasar Gembong Surabaya	60
Tabel 4. 15 Tabulasi Data Variabel <i>Self Image</i> pada Pasar Gembong Surabaya	62
Tabel 4. 16 Tabulasi Data Variabel <i>Impulse Buying</i> pada Pasar Gembong Surabaya	64
Tabel 4. 17 Interval Rata-rata skor	66
Tabel 4. 18 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Pasar Pagi Tugu Pahlawan	67
Tabel 4. 19 Hasil Deskripsi Jawaban Responden Pasar Gembong Surabaya.....	69
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Fashion Lifestyle</i> , <i>Self Image</i> dan <i>Impulse Buying</i> Berdasarkan Nilai Tertinggi Pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan dan Pasar Gembong Surabaya.....	73

Tabel 4. 21 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Fashion Lifestyle</i> , <i>Self Image</i> dan <i>Impulse Buying</i> Berdasarkan Nilai Terendah Pada Pasar Pagi Tugu Pahlawan dan Pasar Gembong Surabaya	75
Tabel 4. 22 <i>Independent Samples Test</i>	78
Tabel 4. 23 <i>Group Statistics</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Peningkatan emisi karbon di Indonesia	2
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian Menurut Engel, Blackwell danMiniard	30
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4. 1 Lokasi Pasar Pagi Tugu Pahlawan	47
Gambar 4. 2 Lokasi Pasar Gembong Surabaya.....	48