

## FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN THRIFT SHOPPING PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Aisah Indriani<sup>1,\*</sup>, Dian Alfia Purwandari<sup>2</sup>, Saipiatuddin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Pendidikan IPS, Universitas Negeri Jakarta, Kampus A Rawamangun

<sup>\*</sup> Correspondence: [aisahindriani14@gmail.com](mailto:aisahindriani14@gmail.com)

### Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Penelitian dilakukan dengan syarat responden adalah konsumen thrift shopping dan mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Sampel diperoleh berjumlah 95 mahasiswa dari jumlah populasi 125 mahasiswa. Berdasarkan Uji t, diperoleh hasil thitung = 4,928, lebih besar dari t tabel = 1,989, artinya terdapat pengaruh antara konformitas terhadap keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta dengan besaran pengaruh konformitas terhadap keputusan pembelian termasuk dalam kategori rendah.

**Kata kunci:** Konformitas, Keputusan Pembelian, dan *Thrift Shopping*.

### 1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang mulai menjarah ke berbagai aktivitas dan kehidupan sosial masyarakat yang tentunya dapat merubah gaya hidupnya. Gaya hidup yang berkembang di masyarakat tidak terlepas dari gaya berpakaian yang dapat mendukung seseorang untuk terus mengikuti arus perubahan perkembangan dunia fashion. Sehingga berdampak pada keinginan individu untuk memilih produk menyesuaikan perkembangan gaya berpakaian yang sedang terjadi. Untuk menunjang penyesuaian gaya hidup yang terjadi, membuat beberapa individu rela mengeluarkan uang untuk membeli pakaian. Namun tidak semua orang mampu memenuhi gaya hidupnya dan dapat mengikuti tren fashion yang selalu berubah-ubah. Oleh karena itu, mereka mencari cara untuk selalu terlihat keren dan modis namun dengan modal seminimal mungkin. Yakni dengan melakukan thrift shopping atau berbelanja pakaian bekas.

*Thrift shopping* berasal dari bahasa Inggris, yaitu *Thrift* dan *Shopping*. *Thrift* berartikan sebagai kegiatan berbelanja yang dapat mengurangi pengeluaran atau meminimalisir pemborosan (Park et al., 2020). Sementara itu, *Shopping* diartikan sebagai kegiatan pembelian barang dari penjual. Oleh sebab itu, *thrift shopping* adalah suatu kegiatan pembelian yang ditujukan untuk menghemat pengeluaran menjadi seminimal mungkin (Widia et al., 2022).

Budaya *thrift shopping* apabila dipandang dari segi lingkungan tentunya sangat berpengaruh positif. Hal ini dikarenakan dengan adanya *thrift shopping* dapat mengurangi limbah tekstil, melindungi laut dan penggunaan air, serta dapat mengurangi emisi karbon dan polusi udara. Sehingga melalui *thrift shopping* ini dapat membantu melawan krisis iklim apabila konsumen dapat membeli pakaian sesuai dengan kebutuhan dan tidak membuangnya setelah sekali pakai.

Konsumen tertinggi dari *thrift shopping* yaitu anak muda, terutama kalangan mahasiswa. Karena barang yang ditawarkan oleh *thrift shopping* memiliki harga yang relatif murah yang dapat mengurangi pengeluaran dan memiliki kualitas yang tinggi (Chan Suet Kay, 2020).

Keputusan pembelian pada *thrift shopping* disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi, diantaranya faktor kelas sosial, budaya, keluarga, kelompok panutan, konsep diri dan pengalaman belajar. Kelompok panutan adalah adanya kelompok yang saling memengaruhi perilaku dan pendapat antar anggota kelompok atau disebut dengan perilaku konformitas. Konformitas adalah proses penyesuaian diri dengan kelompok yang mengindahkan kaidah dan nilai yang ada di sekitarnya (Soejono Soekanto, 2012). Pelaku konformitas sebagian besar merupakan remaja (Sukarno & Indrawati, 2018). Hal ini dikarenakan remaja masih belum menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar dan belum dapat mengambil keputusan sendiri. Hal tersebut dikarenakan kondisi kognitif dan emosi remaja yang belum stabil ketika menjalani masa transisi menuju dewasa (Sukarno & Indrawati, 2018).

Konformitas dapat berdampak positif dan juga negatif. Konformitas dapat berdampak negatif apabila dapat merubah sikap dan karakter individu bertentangan dengan norma dan berdampak buruk bagi orang lain. Namun konformitas juga bisa berdampak positif apabila ajakan yang diberikan oleh orang lain bermakna bagi kehidupan individu tersebut, menambah pengetahuan baru dan tidak merubah sikap dan karakternya menjadi buruk.

Berdasarkan penelitian (Karsiyati, 2022) yang meneliti tentang pengaruh konformitas terhadap keputusan pembelian produk tiruan di kalangan remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara konformitas dengan keputusan pembelian produk tiruan di kalangan remaja. Selain itu, penelitian lainnya dilakukan oleh Maulana (2019) yang meneliti tentang kontribusi konformitas terhadap keputusan pembelian pada remaja yang menggunakan helm merek KYT di Kota Bukittinggi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa konformitas memiliki pengaruh pada keputusan pembelian. Sehingga berdasarkan dua penelitian sebelumnya bahwa konformitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Walaupun keduanya memiliki objek yang berbeda namun hasil penelitiannya tetap bersifat signifikan.

Serta berdasarkan penelitian (Gunawan, 2022) yang meneliti tentang tren *thrift shopping* sebagai gaya hidup mahasiswa. merupakan mahasiswa UNJ. Dari penelitian tersebut menyatakan bahwa alasan konsumen melakukan *thrift shopping* yaitu senang dengan barang-barang bermerek dengan harga terjangkau, model pakaian yang tidak ketinggalan zaman, memperbanyak pakaian dan ajakan dari teman serta keluarga.



**Grafik 1.** Jumlah Mahasiswa UNJ yang Pernah Melakukan Pembelian Thrift Shopping, 2023

Berdasarkan grafik pra penelitian yang dilakukan pada bulan Februari dengan penyebaran kuesioner secara online menggunakan google form pada mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta. Disimpulkan bahwa terdapat 353 mahasiswa yang pernah melakukan *thrift shopping*. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial

merupakan fakultas yang jumlah mahasiswanya paling banyak melakukan pembelian thrift shopping yaitu sebanyak 125 mahasiswa.

Banyaknya konsumen thrift shopping pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta perlu diketahui alasan yang mendasari mereka dalam melakukan keputusan pembelian. Terlebih lagi berdasarkan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa salah satu alasan mahasiswa melakukan thrift shopping karena ajakan dari orang lain atau disebut dengan perilaku konformitas. Mahasiswa yang berusia 18-21 tahun merupakan peserta didik di perguruan tinggi yang termasuk dalam masa remaja akhir (Hurlock, 1990). Pada masa tersebut remaja memiliki tingkat keingintahuan yang tinggi sehingga membuat mereka mencoba menggali informasi dan berupaya untuk mengeksplor diri dengan mengikuti berbagai aktivitas di dalam dan di luar kampus serta mencoba mengikuti perkembangan zaman agar dapat mempermudah dalam menjalankan kehidupan setelah masa perkuliahan.

Berdasarkan paparan tersebut dalam upaya menentukan faktor keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, maka dilakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Konformitas Terhadap Keputusan Pembelian Thrift Shopping Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta". Adapun tujuan dari penelitian yang dijalankan ini yaitu untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.

## 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel konformitas terhadap keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Jenis penelitian non-probability sampling, yakni teknik pengambilan sampel secara purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria atau pertimbangan yang disesuaikan dengan penelitian (Sugiyono, 2022). Populasi pada penelitian ini berjumlah 125 mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta. Dalam menentukan sampel, terdapat kriteria yang harus disesuaikan yaitu merupakan mahasiswa aktif FIS UNJ dan pernah melakukan thrift shopping baik pembelian melalui online shop ataupun secara langsung. Sehingga sampel yang digunakan berjumlah 95 mahasiswa. Dalam pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner atau angket. Teknik analisis data pada uji prasyarat menggunakan uji normalitas dan uji linearitas. Adapun teknik pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien korelasi, uji t, dan uji koefisien determinasi.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### Uji

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus pearson product moment, dapat disimpulkan bahwa uji validitas dari 40 butir pertanyaan pada variabel keputusan pembelian (Y), terdapat 13 butir pertanyaan yang tidak valid. Sehingga diperoleh 27 butir pertanyaan yang valid. Sementara itu, berdasarkan perhitungan uji validitas dari 40 butir pertanyaan pada variabel konformitas (X), terdapat 18 butir pertanyaan yang tidak valid. Sehingga diperoleh 22 butir pertanyaan yang valid.

### Uji

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh menggunakan rumus alpha cronbach, dapat disimpulkan bahwa konformitas (X) dengan rhitung 0,934 > rtabel 0,367 dapat dikatakan reliabel. Serta keputusan pembelian (Y) dengan r hitung 0,842 > rtabel 0,367 dapat dikatakan reliabel. Dengan tingkat

### Validitas

### Reliabilitas

hubungan sangat kuat berdasarkan interpretasi korelasi menurut (Sugiyono, 2022).

### Uji prasyarat analisis

#### 1) Uji normalitas

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Ket
N	95	Normal
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200	

Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov (KS) digunakan untuk mengetahui apakah populasi data yang diambil berdistribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig.(2-tailed sebesar  $0,200 > 0,05$  maka didapatkan bahwa data berdistribusi normal.

#### 2) Uji linearitas

**Tabel 2.** Hasil Uji Linearitas

		Sig.	Ket
Konformitas terhadap Keputusan Pembelian	<i>Deviation From Linearity</i>	0.724	Linear

Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada variabel konformitas dengan variabel keputusan pembelian memiliki hubungan linear atau tidak. Berdasarkan hasil uji linearitas, dapat diketahui bahwa nilai Sig. deviation from Linearity sebesar  $0,724 > 0,05$ , artinya data antara variabel konformitas dengan keputusan pembelian thrift shopping bersifat linear.

### Uji Hipotesis

#### 1) Uji Koefisien Korelasi

**Tabel 2.** Hasil Uji Koefisien Korelasi

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Konformitas terhadap Keputusan Pembelian	0.455	0.000

Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi dapat diketahui variabel konformitas dengan variabel keputusan pembelian thrift shopping memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya terdapat hubungan antara konformitas dengan keputusan pembelian thrift shopping. Pada variabel konformitas dengan variabel keputusan pembelian didapatkan nilai korelasinya adalah  $0,455$  hal ini menandakan bahwa variabel X terhadap variabel Y memiliki hubungan korelasi yang terbilang sedang dan jenis

hubungan positif. Memiliki hubungan positif artinya semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi keputusan pembelian dan sebaliknya.

## 2) Uji t

**Tabel 3.** Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	56.793	4.616		12.304	.000
	Konformitas	.390	.079	.455	4.928	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa derajat kebebasan (df) yaitu sebesar 93 (0,05 ; 93), sehingga nilai t tabel adalah 1,989. Serta berdasarkan output Coefficients dihasilkan nilai t hitung sebesar 4,928 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa  $T_{hitung} > T_{Tabel}$ , yakni  $4,928 > 1,989$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara konformitas terhadap keputusan pembelian thrift shopping.

## 3) Analisis regresi linear sederhana

**Tabel 5.** ANOVA

	Model	df	F	Sig.
Konformitas terhadap Keputusan Pembelian	Regression	1	24.286	0.000
	Residual	93		
	Total	94		

Sumber: Hasil Pengolahan, 2023

Berdasarkan hasil analisis tabel ANOVA di atas, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 24. dengan tingkat signifikansi 0,000 yang mana lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan dalam memprediksi konformitas yang dipengaruhi oleh keputusan pembelian thrift shopping atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Model regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel konformitas adalah dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y' = \alpha + bX$$

$$Y' = 56,793 + 0,390X$$

Model regresi tersebut mengandung arti bahwa arah hubungan kausalitas antara variabel X dan variabel Y adalah positif, yang berarti variabel konformitas (X) akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y), begitupun sebaliknya. Berdasarkan model regresi tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketika variabel konformitas ditingkatkan 0,390 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 56,793.

## 4) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Determinasi

	R	R Square
Konformitas terhadap Keputusan Pembelian	0.455	0.207

Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Pengujian koefisien determinasi dilambangkan dengan  $R^2$  atau R Square yang bertujuan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel konformitas terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji, dapat diketahui bahwa nilai R Square dari variabel konformitas sebesar 0,207 atau sebesar 20,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel konformitas berkontribusi sebesar 20,7% sedangkan terdapat kontribusi dari faktor-faktor lain terhadap keputusan pembelian sebesar 79,3% yang tidak dilibatkan dalam penelitian. Mengacu dalam interpretasi koefisien determinasi 20,7% termasuk pada kategori rendah.

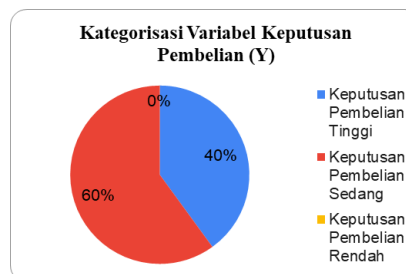
## A. Hasil

## Deskripsi Data Variabel

Hasil perhitungan ditujukan menggunakan stastistik deskriptif berbentuk kategorisasi dua variabel, diantaranya variabel bebas yaitu konformitas dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

## Data Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Grafik 2. Kategorisasi Variabel Y



Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Berdasarkan diagram menunjukkan bahwa dari total 95 mahasiswa FIS UNJ yang pernah melakukan thrift shopping memiliki keputusan pembelian yang cenderung sedang namun juga masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini dibuktikan dengan 60% mahasiswa FIS UNJ memiliki keputusan pembelian thrift shopping yang berada dalam kategori sedang dan 40% dalam kategori tinggi.

Sementara itu, berdasarkan hasil data variabel keputusan pembelian (Y) dalam menentukan distribusi kategorisasi dimensi yaitu sebagai berikut:

**Tabel 6.** Distribusi Kategorisasi Dimensi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Kategori					
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		F	%	F	%	F	%
Keputusan Pembelian	Pengenalan kebutuhan	70	74%	24	25%	1	1%
	Pencarian Informasi	71	75%	23	24%	1	1%
	Evaluasi Alternatif	32	34%	58	61%	5	5%
	Keputusan Pembelian	59	62%	36	38%	0	0
	Perilaku Sesudah Membeli	94	99%	1	%	0	0

Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa mahasiswa FIS UNJ memiliki pengenalan kebutuhan dalam melakukan pembelian thrift shopping cenderung berada di kategori tinggi, hal ini terbukti bahwa 74% mahasiswa termasuk kedalam kategori tinggi dan 25% mahasiswa lainnya masuk dalam kategori sedang. Pengenalan kebutuhan dalam keputusan pembelian merupakan hal yang utama, dikarenakan sebelum seorang konsumen membeli tentunya merasakan adanya masalah atau kebutuhan yang harus dipenuhi salah satunya kebutuhan dalam hal fashion.

Pada dimensi pencarian informasi dapat diketahui bahwa pencarian informasi yang dilakukan oleh mahasiswa FIS UNJ masih berada di kategori tinggi, hal ini terbukti bahwa 75% mahasiswa termasuk kedalam kategori tinggi dan 24% mahasiswa lainnya masuk dalam kategori sedang. Pencarian informasi terkait thrift shopping pada mahasiswa FIS UNJ biasanya memanfaatkan media sosial dan bertanya pada teman atau kerabat terdekat.

Namun pada dimensi evaluasi alternatif pembelian thrift shopping pada mahasiswa FIS UNJ cenderung sedang namun juga masuk kategori tinggi, hal ini dibuktikan dengan 61% mahasiswa masuk kategori sedang dan 34% mahasiswa lainnya masuk kategori tinggi. Aspek yang digunakan dalam evaluasi alternatif yaitu harga. Mahasiswa FIS UNJ menjadikan thrift shopping sebagai alternatif dalam berbelanja fashion karena harga yang murah dan memiliki produk yang baik dari berbagai merek terkenal.

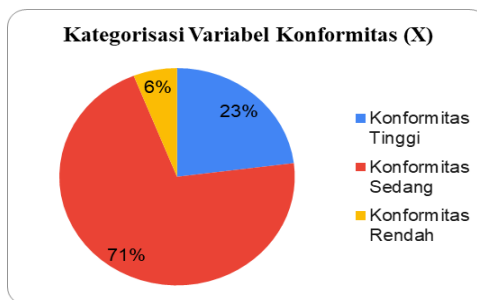
Adapun pada dimensi keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa FIS UNJ termasuk dalam kategori tinggi, hal ini terbukti bahwa 62% mahasiswa termasuk kedalam kategori tinggi dan 38% mahasiswa lainnya masuk dalam kategori sedang. Dapat dilihat dari keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa FIS UNJ ketika melakukan thrift shopping dilihat dari harga yang terjangkau, merek yang terkenal, kualitas yang baik, lokasi dan cara yang efektif dan metode pembayaran yang mudah.

Sementara itu, pada dimensi perilaku sesudah membeli produk thrift shopping pada mahasiswa FIS UNJ termasuk dalam kategori tinggi, hal ini terbukti bahwa 94% mahasiswa termasuk kedalam kategori tinggi dan 1% mahasiswa lainnya masuk dalam kategori sedang. Dapat dilihat bahwa mahasiswa FIS UNJ merasa puas ketika telah melakukan thrift shopping dan tidak merasa menyesal telah membelinya.

Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan mean teoritik dan standar deviasi jumlah skor yang diperoleh dari variabel keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa UNJ terbilang cukup baik.

#### **Data Variabel X (Konformitas)**

Grafik 3. Kategorisasi Variabel X



Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Berdasarkan diagram menunjukkan bahwa dari total 95 mahasiswa FIS UNJ yang pernah melakukan thrift shopping memiliki konformitas yang cenderung sedang namun juga masuk ke dalam kategori tinggi. Hal ini dibuktikan bahwa 71% mahasiswa FIS UNJ memiliki konformitas dalam melakukan thrift shopping termasuk kategori sedang dan 23% mahasiswa FIS UNJ memiliki konformitas dalam melakukan thrift shopping di kategori tinggi.

Sementara itu, berdasarkan hasil data variabel konformitas (X) dalam menentukan distribusi kategorisasi dimensi yaitu sebagai berikut:

Tabel 7. Distribusi Kategorisasi Dimensi Variabel Konformitas (X)

Variabel	Dimensi	Kategori					
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		F	%	F	%	F	%
Konformitas	Pengaruh Sosial Normatif	22	23%	67	71%	6	6%
	Pengaruh Sosial Informatif	38	40%	57	60%	0	0

Sumber: Hasil pengolahan, 2023

Pada variabel konformitas terbagi menjadi dua dimensi diantaranya yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informatif. Pada dimensi pengaruh sosial normatif terbagi menjadi dua indikator yaitu perilaku agar disukai orang lain dan rasa takut akan penolakan. Berdasarkan hasil kategorisasi dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh sosial normatif pada mahasiswa FIS UNJ dalam melakukan thrift shopping termasuk dalam kategori sedang namun juga masuk dalam kategori tinggi. Hal ini terbukti bahwa 71% mahasiswa menyatakan masuk dalam kategori sedang dan 23% mahasiswa masuk kategori tinggi. Dapat dibuktikan melalui alasan mahasiswa FIS UNJ melakukan thrift shopping agar disukai orang lain karena telah mengikuti mode fashion terbaru.

Namun pada dimensi pengaruh sosial informatif terbagi menjadi tiga aspek diantaranya menjadikan orang lain sebagai sumber informasi, merasa diri selalu benar dan bergantung kepada orang lain. Berdasarkan hasil kategorisasi dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh sosial informatif pada mahasiswa FIS UNJ dalam melakukan thrift shopping termasuk dalam kategori sedang namun juga masuk dalam kategori tinggi. Hal ini terbukti bahwa 60% mahasiswa menyatakan masuk dalam kategori sedang dan 40% mahasiswa lainnya masuk kategori tinggi. Munculnya informasi dari orang lain tentang thrift shopping yang dianggap bermanfaat bagi



penerima informasi merupakan salah satu upaya yang termasuk dalam pengaruh sosial informatif Hal ini sejalan dengan penelitian (Novi Wahyu, 2017) bahwa pengaruh sosial informatif didasarkan pada keinginan individu untuk merasa benar dan individu lainnya akan bergantung pada kelompok sebagai suatu sumber informasi.

Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan mean teoritik dan standar deviasi jumlah skor yang diperoleh dari variabel konformitas pada mahasiswa UNJ terbilang cukup baik.

## B. Pembahasan

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya yang dilaksanakan (Arini, 2022) pada kalangan remaja dari 22 provinsi di Indonesia dengan rentang usia 12-21 tahun sebagai pengaruh dari konformitas terhadap keputusan pembelian produk tiruan menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara konformitas terhadap keputusan pembelian produk tiruan. Selain itu (Maulana, 2019) yang meneliti tentang kontribusi konformitas terhadap keputusan pembelian helm merek KYT mendapatkan hasil bahwa konformitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian remaja yang menggunakan helm merek KYT di Kota Bukittinggi. Keduanya memiliki jenis hubungan positif, artinya jika konformitas meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat dan sebaliknya.

Hal tersebut terjadi karena keputusan pembelian suatu produk tergantung besarnya perilaku konformitas pada individu atau kelompok dan keterlibatan anggota kelompok dalam mempengaruhi anggota lainnya. Hubungan keduanya bersifat positif, yakni semakin besar keyakinan individu pada kelompoknya, maka berdampak pada semakin besar kemungkinan untuk menyesuaikan diri dengan kelompoknya. (Maulana, 2019).

Sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan (Gunawan, 2022) pada mahasiswa pengunjung thrift shopping di Pasar Senen, Jakarta Pusat yang membahas mengenai tren thrift shopping sebagai gaya hidup mahasiswa, mendapatkan hasil bahwa gaya hidup mahasiswa ditunjukkan melalui aktivitas mahasiswa yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor internal seperti adanya media sosial dan lingkungan pertemanan yang dapat mendorong mahasiswa untuk mengetahui dan mengenal tren thrift shopping. Kemudian, faktor eksternal yaitu adanya keterjangkauan harga yang membuat mahasiswa menjadi kecanduan dengan thrift shopping dan timbulah perilaku konsumtif.

Hal ini menandakan bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap thrift shopping sangatlah besar karena mereka tidak merasa menyesal dan akan melakukan hal itu kembali. Selain itu, berdasarkan penelitian (Gunawan, 2022) mengatakan bahwa lingkungan pertemanan mahasiswa memiliki peran penting bagi seseorang dalam mengetahui keberadaan dan perkembangan thrift shopping. Selain karena ajakan dari teman, membuat mahasiswa ingin mencoba thrift shopping karena memang pada dasarnya memiliki ketertarikan dengan fashion sehingga muncul rasa penasaran terhadap tren thrift shopping.

Penelitian ini diperkuat oleh (Liu, 2016) yang menyatakan bahwa mahasiswa dalam kesehariannya cenderung dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, misalnya dalam hal pendidikan, organisasi, bergaul dengan teman dan sebagainya. Perilaku tersebut disebut dengan perilaku konformitas. Hal ini menandakan bahwa

konformitas juga dapat menjadi salah satu faktor alasan mahasiswa melakukan pembelian produk thrift shopping.

Sehingga berdasarkan hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan, didapati hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas terhadap keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa aktif FIS UNJ.

#### 4.

#### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil uji hipotesis melalui uji t yang menunjukkan bahwa nilai thitung  $4,928 > t$  tabel  $1,989$  sehingga hipotesis diterima. Timbulnya keputusan pembelian thrift shopping pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta dipengaruhi oleh adanya pengaruh sosial normatif, yakni adanya rasa keinginan untuk disukai, adanya perasaan ingin menyesuaikan diri dengan kelompok, dan dapat diterima oleh kelompok. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini telah diterima dan telah dibuktikan dengan analisis statistik bahwa terdapat pengaruh antara konformitas terhadap keputusan pembelian thrift shopping. Serta terdapat pengaruh konformitas terhadap keputusan pembelian yang telah berkontribusi sebesar 20,7% di kategori sedang pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan thrift shopping.

Perilaku konformitas positif dalam mahasiswa harus terus dijaga agar tidak merugikan berbagai pihak. Karena dalam pergaulan antar mahasiswa harus lebih paham lagi terhadap perilaku konformitas agar tidak memberikan dampak negatif bagi dirinya dan orang lain. Oleh karena itu, pemilihan teman atau lingkungan juga penting dalam meningkatkan produktivitas diri.

#### Daftar Pustaka

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Arini, K. (2022). Pengaruh Konformitas Pada Keputusan Pembelian Produk Tiruan Di Kalangan Remaja. *Journal Of Psychosociopreneur*, 1-15.
- Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Hubungan Antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian TAS melalui online shop pada mahasiswi fakultas ilmu sosial Dan ilmu politik (FISIP) Dan fakultas ilmu budaya (FIB) universitas diponegoro. *Jurnal empati*, 6(1), 332-337. doi:10.14710/empati.2017.15141
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Chan Suet Kay, R. (2020). "Selam Bundle": Thrift Shopping As Malaysian Social Class Integration Platform. *Jebat: Malaysian Journal of History, Politics & Strategy*, 47(3). <http://journalarticle.ukm.my/17107/1/44785-144113-1-SM.pdf>
- Dewi, D. K., Solichah, N., Cahyaningsih, R. O., & Putri, A. B. (2019). The Conformity Profile of Higher Education Students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 387, 261-263. DOI: <https://doi.org/10.2991/icei-19.2019.60>
- Dwi Setiawan, M. (2022). Pengaruh kualitas harga Dan promosi produk terhadap keputusan pembelian air mineral dalam kemasan (Amdk) merek aqua. *Jurnal cafetaria*, 3(2), 29-37. doi:10.51742/akuntansi.v3i2.613
- Efendi, M. I., Richowanto, M., Lestari, D. A., & Farida, S. N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian helm Merek KYT Di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(3), 207. doi:10.33370/jpw.v22i3.49
- Maulana, D. (2019). Kontribusi Konformitas Terhadap Keputusan pembelian Pada Remaja Yang Menggunakan helm Merek Kyt Di Kota Bukittinggi. *Universitas Negeri Padang*, 1-20.
- Rorong, G. A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, Vol. 2 No. 3., 228-233.
- Soekanto, Soerjono, 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL (Teori dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian)*. Alfabeta.
- Widia, W., Setyanto, R. P., & Laksana, R. D. (2022). The Psychographic and Demographic Profile of Online Thrift Shop Consumers in Tasikmalaya. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 11(1). <https://doi.org/10.31104/jsab.v3i1.83>