

# Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Membeli Sepatu *Thrift* di Kota Pontianak

Tia Monika<sup>1\*</sup>, Efa Irdhayanti<sup>1</sup>, Ahmadi<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat  
Corresponding Author's e-mail : [tiamonika25@gmail.com](mailto:tiamonika25@gmail.com)\*

**ARMADA**  
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.or.id/index.php/armada>

Vol. 2, No. 7 July 2024

Page: 501-511

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v2i7.1408>

#### Article History:

Received: June, 25 2024

Revised: July, 15 2024

Accepted: July, 20 2024

**Abstract** : Interest is a high tendency of the heart towards a passion desire, besides that interest also means a great tendency and passion for something, for example a person's desire to have a desired item such as clothes, shoes and so on. They will buy these items to satisfy their needs and desires. This study aims to determine the factors that influence consumer interest in buying thrift shoes in Pontianak City. The method in this study uses qualitative methods based on a descriptive perspective. This research was conducted on Jl. Komyos Sudarso, Yuka Complex, Sungai Beliang District, West Pontianak. Data collection techniques meet directly with consumers or conduct interviews and direct observations at the research site with the target interviewed as many as 6 (six) respondents. The results of this study show several factors that influence consumer interest in buying thrift shoes, namely: price, quality, brand, social factors, style or style.

**Keywords** : Price, Social Factors, Style, Quality.

**Abstrak** : Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah keinginan, selain itu minat juga berarti kecenderungan dan kegairahan yang besar terhadap sesuatu, misalnya keinginan seseorang dalam memiliki suatu barang yang diinginkan seperti pakaian, sepatu dan lain sebagainya. Mereka akan membeli barang tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen membeli sepatu *thrift* di Kota Pontianak. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif berdasarkan perspektif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Jl. Komyos Sudarso, Komplek Yuka, Kecamatan Sungai Beliang, Pontianak Barat. Teknik pengumpulan data bertemu langsung dengan para konsumen atau melakukan wawancara dan observasi langsung ditempat penelitian dengan target yang diwawancarai sebanyak 6 (enam) orang Responden. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi minat konsumen membeli sepatu *thrift* yaitu: harga, kualitas, merek, faktor social, *style* atau gaya.

**Kata Kunci** : Faktor Social, Harga, Kualitas, *Style*.

## PENDAHULUAN

Sejalan terhadap berubahnya waktu perkembangan gaya hidup dikalangan masyarakat terutama kawasan perkotaan dari usia remaja sampai dewasa terjadi perkembangan yang tidak

bisa ditolak, banyaknya setiap orang membuat pakaian jadi sebuah hal yang penting pada kehidupan mereka, mulai dari sejumlah jenis produk, seperti tas, pakaian dan sepatu. Sekarang ini setiap konsumen menentukan banyak pilihan pembelian, pembelian konsumen dengan kuat dipengaruhi dari karakteristik budaya, sosial, psikologi. Salah satu produk yang diminati banyak konsumen ialah sepatu, sepatu bukan hanya sekedar digunakan guna memenuhi kebutuhan seperti ke sekolah maupun ke kantor, tetapi ini sudah jadi gaya hidup, dimana saat ini banyak diminati sebagian orang ialah barang thrift. Barang thrift ialah yang masih layak untuk dipakai dan digunakan. Salah satu jenis barang itu ialah sepatu thrift, thrift itu sendiri memiliki pengertian yang berdasar pada perilaku hemat akan uang yang dikeluarkan. Singkatnya, thrift artinya hemat, definis lainnya mengenai thrift yakni produk bekas baik lokal ataupun impor, yang dimana barang thrift dijual dengan harga murah. Maraknya pasar penjualan sepatu thrift dikarenakan banyak konsumen yang membeli, dilihat dari kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau murah, daripada dengan produk lokal, sepatu thrift impor semakin banyak peminatnya.

Menurut Kotler (2010:4) pengertian sederhana pemasaran ialah mencukupi kebutuhan pasar dengan memperoleh laba. Rangskuti (2009:21) pemasaran ialah interaksi yang berupaya guna mewujudkan hubungan pertukaran serta bukan adalah cara sederhana yang sekedar hanya menciptakan penjualan. Menurut *American Marketing Association* (AMA) mengartikan pemasaran dengan salah satu proses perencanaan serta realisasi rencana penentuan harga, promosi, serta distribusi dari ide-ide, barang-barang, jasa-jasa guna mewujudkan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual serta organisasional.

Tindakan atas keputusan menjalankan pembelian mewujudkan hasil akhir dari pertimbangan tentang sebuah barang atau jasa. Konsumen wajib memiliki keputusan dalam membeli suatu barang yang di inginkan. Pertimbangan ini berlandaskan pada banyaknya faktor penentu contohnya faktor dari produk atau jasa maupun faktor atas kemampuan kepemilikan kepada barang atau jasa itu. Barang atau jasa yang mana diminati maka itu yang akan menjadi incaran para konsumen guna memperoleh barang atau jasa tersebut.

Pada dunia bisnis sebuah hal yang dibutuhkan dari produk ialah yang bisa memenuhi atau memuaskan konsumen. Baik yang berwujud ataupun tidak. Kotler dan Armstrong (2017:244) mengartikan produk dengan apapun yang bisa ditawarkan kepada pasar guna memperoleh perhatian, akuisisi, penggunaan, ataupun konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut Kotler dan Armstrong harga ialah jumlah uang yang ditagihkan dari sebuah produk atau jasa, ataupun jumlah atas nilai yang ditukarkan pelanggan guna mendapat manfaat dari mempunyai atau memakai sebuah produk atau jasa. Harga dipakai untuk tolak ukur dari kesesuaian manfaat produk. Harga bersifat subjektif sebab harga pun dipengaruhi dari kondisi ekonomi serta lingkungan setiap orang yang pastinya tidak sama. Harga ialah nilai yang diberikan konsumen kepada barang atau jasa. Oleh sebab itu, kunci guna menetapkan harga produk berada di pemahaman kepada nilai yang bakal diberikan konsumen terhadap produk. Jika harga lebih tinggi dibanding nilai yang diharapkan konsumen, pertukaran tidak akan ada.

Merek (*brand image*) dari keseluruhan persepsi kepada merek yang dibentuk, menurut Arnould (2015:65) merek ialah deskripsi mengenai asosiasi serta kekayaan konsumen kepada sebuah merek mempunyai arti pencitraan suatu produk kedalam benak konsumen dengan massal. Undang-undang Merek no 15 tahun 2001 pasal 1 ayat 1 dalam Fandy Tjiptono (2015:3) merek ialah tanda yang berbentuk gambar, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, atau perpaduan dari unsur-unsur yang mempunyai daya pembeda serta dipakai pada aktivitas perdagangan barang ataupun jasa. Definisi kepuasan merek adalah suatu respon secara actual dari konsumen yang telah mengkonsumsi suatu produk terhadap kualitasnya. Menurut (Kotler & Armstrong 2014), jika kepuasan merek ialah wujud performa yang didapat akan suatu produk yang sesuai harapan konsumen.

Penelitian ini berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan minat konsumen terhadap pembelian sepatu *thrift* di kota Pontianak, jadi dari judul itu mempunyai unsur-unsur pokok kata yang harus dibatasi pengertiannya, supaya pembahasan pada penelitian ini lebih fokus serta spesifik. Sisi lain tujuan konseptual mempunyai pembatasan makna yang terkait terhadap

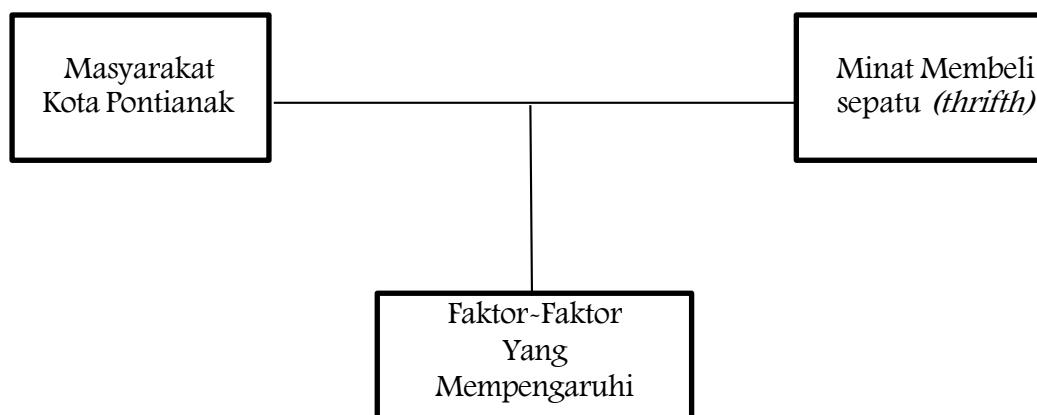
judul serta mempermudah pemahaman kepada isi pembahasan dan bisa menghindari kesalah pahaman. Maka dari itu akan di uraikan pembatasan makna dari judul itu.

Minat ialah kecenderungan hati yang tinggi kepada suatu gairah keinginan, selain itu minat juga artinya kecenderungan dan kegairahan yang besar terhadap sesuatu, misalnya keinginan seseorang dalam memiliki suatu barang yang diinginkan seperti pakaian, sepatu dan lain sebagainya. Mereka akan membeli barang tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi yang tersedia pada masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga ataupun orang lain. jika tujuan guna pembelian produk itu guna dijual lagi maka dinamakan pengecer atau distributor. Yang dimaksud konsumen pada aspek ini ialah masyarakat yang membeli pakaian dan sepatu *second* di pasar maupun toko butik-butik di Kota Pontianak.

Kita sudah banyak mengetahui arti kata *thrift* sama dengan bukan hal yang baru lagi, bisa diartikan sepatu *thrift* ialah benda atau barang yang dimana digunakan guna menutupi kaki, meskipun itu barang *second* tetapi memiliki peminat yang sangat banyak. Hal ini telah jadi hal yang biasa sebab membeli barang *thrift* termasuk trend yang tambah digemari banyak orang. Jika dilihat dari motivasi membeli barang *thrift* pastinya sebab harganya yang terjangkau. Selain itu juga sebab modelnya yang menurut beberapa orang unik atau masih nampak bagus. Bagi para konsumen, barang bekas merupakan alternatif guna memenuhi kebutuhan terhadap barang-barang bermerek dan original dengan harga jauh lebih murah daripada dengan harga jual aslinya, dan akhir-akhir ini banyak merek sepatu yang banyak diminati masyarakat khususnya kaum muda.

Kerangka berpikir ialah sebuah tinjauan tentang apa yang diteliti yang dituangkan pada suatu bagan yang jadi alur pemikiran penelitian. Untuk lebih jelasnya, berikut disajikan beberapa kerangka pikir.



Gambar 1

Sumber : Data Olahan 2023

**METODE PENELITIAN**

Metode ini memakai metode kualitatif berlandaskan perspektif deskriptif dengan maksud supaya penulis bisa mengungkapkan fenomena sosial dengan rinci atau lebih mendalam berlandaskan kenyataan yang ada dilapangan sehingga metode penelitian ini dipandang metode yang paling fleksibel serta bisa mengungkap informasi sebanyak mungkin terhadap subjek sepanjang proses penelitian terjadi. Menurut sugiyono (2018) metode penelitian kualitatif ialah metode penelitian yang dipakai guna meneliti dalam kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti ialah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dijalankan secara trigulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih memfokuskan makna dibanding generalisasi.

Pada penelitian ini ada 2 (dua) sumber data yang akan diteliti yaitu subjek berarti orang yang melakukan tindakan atau yang dideskripsikan dan objek yang berarti benda, hal, dan sebagainya yang digunakan sasaran untuk diteliti, diperhatikan, serta lainnya.

Menurut sugiyono (2018:456) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data terhadap pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dijalankan. Sesuai dengan definisi tersebut bisa dimaknai jika yang dimaksud dengan sumber data primer ialah sumber data yang didapat langsung dari sumber nya. Jadi sumber pada penelitian penulis adalah konsumen pembeli sepatu *thrift* di Kota Pontianak. Jadi data yang akan didapatkan nanti secara langsung. Penulis menghimpun data primer dengan metode survei. Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer dengan menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis.

Sumber sekunder ialah informasi yang didapat dari sumber lain yang mungkin tidak berkaitan langsung terhadap peristiwa itu. Sesuai dengan definisi diatas bisa dimaknai jika yang diartikan dengan sumber data sekunder ialah sumber data kedua adalah sumber data yang didapat dari sumber lain. Pada penelitian ini yang jadi sumber data sekunder yakni sesuai terhadap undang-undang ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berhubungan terhadap topik penelitian tentang sistem pengendalian internal atas sistem dan prosedur dan pengkajian dalam lingkup pemasaran.

Menurut Sugiyono (2018:308) teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling utama pada penelitian sebab karena tujuan utama dari penelitian yakni memperoleh data. Tanpa memahami teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data yang digunakan dalam penelitian ini. Jadi teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, Dokumentasi.

Teknik guna mencapai keabsahan atau kredibilitas data dijalankan dengan cara triangulasi. Menurut wijaya (2018:120-121), triangulasi data ialah metode pengecekan data dari sumber dengan sejumlah cara dan berbagai waktu. Teknik yang digunakan adalah Triangulasi Teknik dan Triangulasi waktu.

**Tabel 1. Merek sepatu terkenal didunia yang banyak diminati**

No.	Merek	Asal
1.	Adidas	Jerman
2.	Nike	Amerika serikat
3.	Converse	Melden, Massachusetts, Amerika
4.	Puma	Jerman
5.	Skechers	California, Amerika serikat
6.	Rebook	Inggris
7.	Vans	California, Amerika Serikat
8.	New Balance	Boston, Amerika Serikat
9.	DC Shoes	Amerika
10.	Asics	Jepang

Sumber: Hasil Observasi Penulis 2023

Adapun penelitian terdahulu:

**Tabel 2. Penelitian terdahulu**

1	Penelitian (tahun)	Elfrida Ryanita Sari (2017)
	Judul penelitian	Gaya Hidup Pengguna Pakaian Bekas Dikalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjung Pura.
	Penelitian terdahulu	Hasil dari penelitian ini mengenai faktor-faktor gaya hidup mahasiswi, serta yang memicu ketertarikan tersebut meliputi faktor eksternal dan internal, dimana meliputi faktor kebudayaan, faktor ekonomi.
2	Penelitian (tahun)	Rizky Nursina (2021)

	Judul penelitian	Pengaruh merek dan kualitas sepatu <i>second original</i> terhadap minat beli kaum muda.
	Penelitian terdahulu	Dari hasil ini memperlihatkan bahwa konsumen sangat mengutamakan merek sepatu sebagai acuan menjadi minat beli konsumen.
3	Penelitian (tahun)	Yesi Indra Wahyu (2018)
	Judul penelitian	Faktor-faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di yogyakarta
	Penelitian terdahulu	Diperoleh hasil bahwa faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas hanya ada 3 faktor yaitu: kebutuhan pakaian, pendapatan atau uang saku, dan merek yang dijual.
4	Penelitian (tahun)	Nur Awalia (2019)
	Judul penelitian	Minat konsumen dalam memilih pakaian bekas di Pasar sumpang kota Pare-Pare. (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam)
	Penelitian terdahulu	Tentang faktor minat konsumen dalam memilih pakaian bekas ( <i>cakar</i> ) dipasar sumpang kota pare- pare dalam kontestasi hukum ekonomi islam, maka dapat dilihat dari minat seorang konsumen bahwa dalam penelitian tersebut tidak memandang seseorang dari usia, lapangan pekerjaan, serta jumlah pendapatan, salah satunya faktor minat ialah pengalaman konsumen, bila konsumen sudah sangat lama mengenal barang itu, tidak menutup kemungkinan peluang guna membeli barang itu akan selalu ada.

Sumber: Data Olahan 2022

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pontianak ialah Ibukota Provinsi Kalimantan Barat, dimana luas seluruhnya mencapai 107,82 km<sup>2</sup>. Secara administrasi Kota Pontianak dibagi jadi 6 (enam) kecamatan dan 29 (dua puluh Sembilan) kelurahan, dimana Kecamatan di Kota Pontianak yang memiliki wilayah terluas yakni Kecamatan Pontianak Utara 34,54%, kemudian oleh Kecamatan Pontianak Barat 15,25%, Kecamatan Pontianak Kota 14,39% Kecamatan Pontianak Tenggara 13,75%, Kecamatan Pontianak Selatan 13,49% dan Kecamatan Pontianak Timur 8,14%. Secara Geografis Kota Pontianak memiliki banyak keunikan yang tidak dipunyai oleh kota-kota di Indonesia ataupun dunia yang dimana Kota Pontianak berada di lintasan garis Khatulistiwa tepatnya berada pada 2° 05'LU – 3° 05'LS Ddab 108° 30'–114° 10'BT. Sebab terletak di Lintasan Garis Khatulistiwa maka Kota Pontianak dijuluki dengan Kota Khatulistiwa atau Kota Equator. Keunikan berikutnya Kota Pontianak pun dilewati dan terbelah jadi 3 (tiga) daratan oleh dua (2) buah sungai besar yakni sungai Kapuas dan sungai Landak. Dari segi ketinggian kota Pontianak berkisar antara 0,1 meter hingga 1,50 meter diatas permukaan laut dengan kemiringan lahan berkisar 0 – 2 persen.

Begitu luasnya wilayah Kota Pontianak dan banyak nya tempat-tempat penjualan produk *thrift* penulis memilih salah satu objek yang menjadi tempat penelitian, yang dimana penelitian dilakukan oleh penulis terletak di Jl. Komyos Sudarso, Kelurahan Sungai Beliang, Kecamatan Pontianak Barat. Di sini merupakan pusat *thrift* yang ramai pengunjung karena Letak penjualan barang-barang *thrift* juga sangat strategis para penjual membuka stand jualan di sepanjang jalan sehingga bisa memadati jalan karena banyaknya konsumen yang berdatangan untuk melihat tempat jualan produk-produk *thrift* sehingga

bisa membuat kemacetan jalan. Bentuk penjualannya juga bukan secara permanen, mereka tidak menetap lama dilokasi tersebut dan para penjual akan membuka stand penjualan di hari sabtu dan minggu. Banyak pengunjung yang ditemui dilokasi tersebut, karena tidak hanya menjual sepatu maupun pakaian *thrift* tetapi banyak juga kita temui seperti tas *thrift* maupun aksesoris bahkan makanan dan minuman juga banyak disepanjang jalan.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan Minat Konsumen Terhadap Pembelian Sepatu *Thrift*

Minat seseorang pada suatu objek akan sangat terlihat apabila objek yang menjadi tujuan tepat sasaran dengan keinginan serta kebutuhan seseorang tersebut. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) minat ialah kecenderungan hati yang tinggi kepada sesuatu, seperti keinginan seseorang dalam memiliki suatu barang yang diinginkan berupa pakaian, sepatu dan lain sebagainya, mereka akan membeli barang tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Berdasarkan penelitian dan observasi di pasar lelong yang beralamat di Jl. Komyos Sudarso, Jl. Komplek Yuka Kelurahan Sungai Beliang, Kecamatan Pontianak Barat, jual beli produk *thrift* sangat diminati dikalangan masyarakat. Sebagaimana kita ketahui salah satunya produk *thrift* yaitu sepatu merupakan produk yang di gunakan manusia guna melindungi diri dari cedera kaki akibat terbentur benda keras atau menginjak benda-benda tajam, meskipun tidak diketahui asal usul dari barang tersebut, dari hasil penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis, penelitian ini mendapatkan hasil wawancara dari 6 (enam) orang Responden Dimana masing- masing Responden akan memberikan hasil jawaban dari alasan mengapa lebih memilih sepatu *thrift*:

- a. Responden 1 (satu), saya memilih sepatu bekas karena harganya yang terjangkau, dengan harga yang murah saya bisa mendapatkan sepatu yang masih layak untuk digunakan.
- b. Serupa dengan ungkapan diatas, alasan dari Responden ke 2 (dua) memilih sepatu *thrift*: Saya memilih sepatu *thrift* karena produknya bagus dan murah, sepatu *thrift* ini termasuk barang impor meskipun bekas tetapi masih terbilang kualitasnya yang bagus dan tidak jauh berbeda terhadap sepatu-sepatu baru yang dijual di toko-toko. Dengan harga yang terjangkau murah membuat saya tidak hanya membeli satu sepatu, tetapi bisa dua sampai tiga sepatu yang saya beli menyesuaikan isi dompet saya selaku seorang siswa.
- c. Serupa dengan ungkapan diatas alasan dari Responden ke 3 (tiga) memilih sepatu *thrift*: Awal saya tertarik dengan produk *thrift* ketika ikut teman- teman pergi kepusat *thrift* dan saya tidak sekali berniat untuk membeli tetapi dengan ajakan yang berkali-kali membuat niat saya untuk membeli dan disitu awal mula saya sangat tertarik dengan sepatu makanya saya banyak koleksi sepatu *thrift* dilihat dari kualitas bagus dan ber merek serta harga yang terjangkau untuk dibeli.
- d. Serupa dengan ungkapan diatas alasan dari Responden ke 4(empat) memilih sepatu *thrift*: Saya sangat tertarik dengan sepatu *thrift* karena dilihat dari harganya yang murah dan bahan sepatu yang terbilang bagus dan layak digunakan. Saya pecinta produk-produk *thrift* rata-rata *outfit* atau *style* yang saya gunakan dari produk *thrift* saya tidak merasa berpikir negative menggunakan produk *thrift* karena sebelum penggunaan saya mencucinya terlebih dahulu.
- e. Serupa dengan ungkapan diatas alasan dari Responden ke 5(lima) memilih sepatu *thrift*: Saya sangat menyukai sepatu *thrift* karena sepatu ini masih bagus jika dilihat-lihat, meskipun bukan barang baru tetapi pemakaian masih layak digunakan. Bukan hanya sepatu sih yang saya sukai tetapi masih banyak lagi barang-barang *thrift* lainnya yang saya suka. Saya setiap minggu jika memiliki waktu luang selalu kepasar *thrift* ajak anak- anak untuk lihat penjualan barang-barangnya.
- f. Serupa dengan ungkapan diatas alasan responden ke 6(enam) memilih sepatu *thrift*: saya sangat tertarik dengan sepatu *thrift* karena barang yang di jual memiliki

kualitas baik, masih layak pakai, saya selaku mahasiswa hobi berburu suatu yang memiliki nilai bagus dan bermerek, seperti sepatu ini. Meskipun bukan produk baru lagi. Tidak menutup kemungkinan saya tetap oke dengan gaya saya.

Dari hasil wawancara diatas maka penulis akan memberikan kesimpulan bahwa Responden memilih produk *thrift* karena memiliki beberapa faktor yang menjadi daya Tarik sehingga bisa membeli sepatu *thrift*, perlu kita ketahui juga produk berupa sepatu *thrift* memang memiliki harga jual yang terjangkau murah dibandingkan dengan sepatu baru di toko-toko, meskipun kita membeli sepatu baru di toko-toko dengan harga jual yang murah tetapi tidak dengan kualitas yang dimiliki, penjual akan meletakkan harga murah sesuai dengan kualitas yg dimiliki sepatu, berbeda dengan sepatu *thrift*, sepatu yang di impor dari luar Negara, dan bisa kita jumpai sepatu yang dijual juga sepatu bermerek dan memiliki kualitas yang masih bagus meskipun bukan produk baru lagi. Tak heran lagi bahkan sepatu *thrift* ini meskipun sudah dijual dengan harga yang terjangkau murah tetapi dapat kita jumpai bahwa banyak konsumen yang meminta tawaran harga yang jauh lebih murah dari harga yang sudah ditetapkan oleh penjual, banyaknya konsumen mengeluarkan strategi agar penjual bisa menerima tawaran harga murah. Minat konsumen dalam membeli suatu produk *thrift* muncul berdasarkan keinginan yang dimiliki, jika bila sudah sangat kenal dengan produk tersebut maka akan membuka peluang akan selalu datang guna membeli produk tersebut.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Pembelian Sepatu (*Thrift*) Di Kota Pontianak**

Di lihat dari banyaknya penduduk di indonesia banyak dari sebagian mereka yang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga tertarik untuk membeli produk yang bukan baru lagi, tetapi ada juga sebagian mereka yang mampu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya karena hanya tertarik dan sangat menyukai produk *thrift* karena produk tersebut meskipun sudah bekas tapi masih memiliki bentuk atau kualitas barang yang bagus dan layak untuk digunakan, contohnya seperti sepatu. Berdasarkan penelitian dan observasi yang dilakukan oleh penulis beralamat di Jl. Komyos Sudarso Komplek Yuka, Kelurahan Sungai Beliang, Kecamatan Pontianak Barat, bahwa banyak dari Responden yang di wawancarai memberikan alasan yang membuatnya tertarik dengan sepatu *thrift*.

#### **1. Harga**

Harga dipakai untuk tolak ukur bagi kesesuaian manfaat produk. Harga bersifat subjektif sebab harga juga dilatarbelakangi dari kondisi ekonomi serta lingkungan seseorang yang tidak sama.

- a. Seperti ungkapan Responden ke 1(satu): saya memilih sepatu bekas karena harganya yang terjangkau, dengan harga yang murah.
- b. Ungkapan Responden ke 2(dua): Saya memilih sepatu *thrift* karena produknya bagus dan murah.
- c. Responden ke 4(empat): Saya sangat tertarik dengan sepatu *thrift* karena dilihat dari harganya yang murah.

Hasil wawancara dengan Responden diatas banyaknya konsumen sangat meminati sepatu *thrift* karena harga nya yang terjangkau murah, apalagi bagi kehidupan masyarakat kelas menengah maupun kelas bawah, penghasilan yang berkecukupan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tetapi ingin memiliki suatu produk yang bermerek dan berkualitas, maka produk *thrift* yang menjadi incaran untuk dibeli karena harganya yang terjangkau murah, meskipun tidak semua kalangan kelas menengah maupun bawah menyukai produk *thrift*.

#### **2. Kualitas**

Kualitas menjadi acuan utama dalam pembelian, konsumen akan memilih produk sesuai dengan kualitas yang dimiliki.

- a. Seperti ungkapan Responden ke 2(dua): Saya memilih sepatu *thrift* karena produknya bagus dan murah, sepatu *thrift* ini termasuk barang impor meskipun bekas tetapi masih terbilang kualitasnya yang bagus dan tidak jauh berbeda dengan sepatu- sepatu baru yang dijual di toko-toko.
- b. Ungkapan Responden ke 3(tiga): saya sangat tertarik dengan sepatu makanya saya banyak koleksi sepatu *thrift* dilihat dari kualitas bagus dan ber merek serta harga yang terjangkau untuk dibeli.
- c. Ungkapan Responden ke 6 (enam): saya sangat tertarik dengan sepatu *thrift* karena barang yang di jual memiliki kualitas baik.

Dari hasil wawancara dengan Responden diatas bahwa kualitas menjadi pemicat setiap orang, dimana kualitas ini menjadi daya tarik seorang konsumen untuk membeli meskipun produk atau sepatu *thrift* bukan barang baru lagi tetapi peminat sangat banyak untuk membeli, karena kualitasnya yang bagus.

### 3. Merek

Merek sangat berpengaruh kepada minat beli konsumen, yang artinya bertambah baik merek serta menguasai pasar maka bisa menambah minat beli konsumen.

- a. Seperti ungkapan Responden ke 6(enam): saya selaku mahasiswa hobi berburu suatu yang memiliki nilai bagus dan bermerek.
- b. Ungkapan Responden ke 3 (tiga): saya sangat tertarik dengan sepatu makanya saya banyak koleksi sepatu *thrift* dilihat dari kualitas bagus dan ber merek serta harga yang terjangkau untuk dibeli.

Hasil wawancara bersama Responden di atas jika suatu produk yang bermerek banyak menjadi incaran, disini yang menjadi pemburu sepatu bermerek banyak dari kalangan anak muda.

### 4. Faktor sosial

Faktor sosial juga menjadi acuan utama seorang konsumen dalam membeli, faktor sosial sangat mempengaruhi minat seseorang.

Konsumen sangat tertarik dengan sepatu *thrift*, bisa saja karena pengaruh orang sekitar.

- a. Seperti ungkapan Responden ke 3(tiga): Awal saya tertarik dengan produk *thrift* ketika ikut teman-teman pergi kepusat *thrift*.

Hasil wawancara dengan Responden diatas bahwa faktor sosial sangat berpengaruh pada setiap orang bisa saja pengaruh dari keluarga, teman, atau lingkungan sekitar. Tidak menutup kemungkinan apa yang belum pernah kita coba bisa membuat kita tertarik untuk menggunakannya contohnya produk sepatu *thrift*, hasil dari ajakkan orang-orang sekitar yang membuat kita bisa mencoba hal yang belum kita coba.

### 5. Style

*Style* merupakan sebuah karakteristik dalam mempresentasikan sesuatu, *style* adalah karakteristik penampilan.

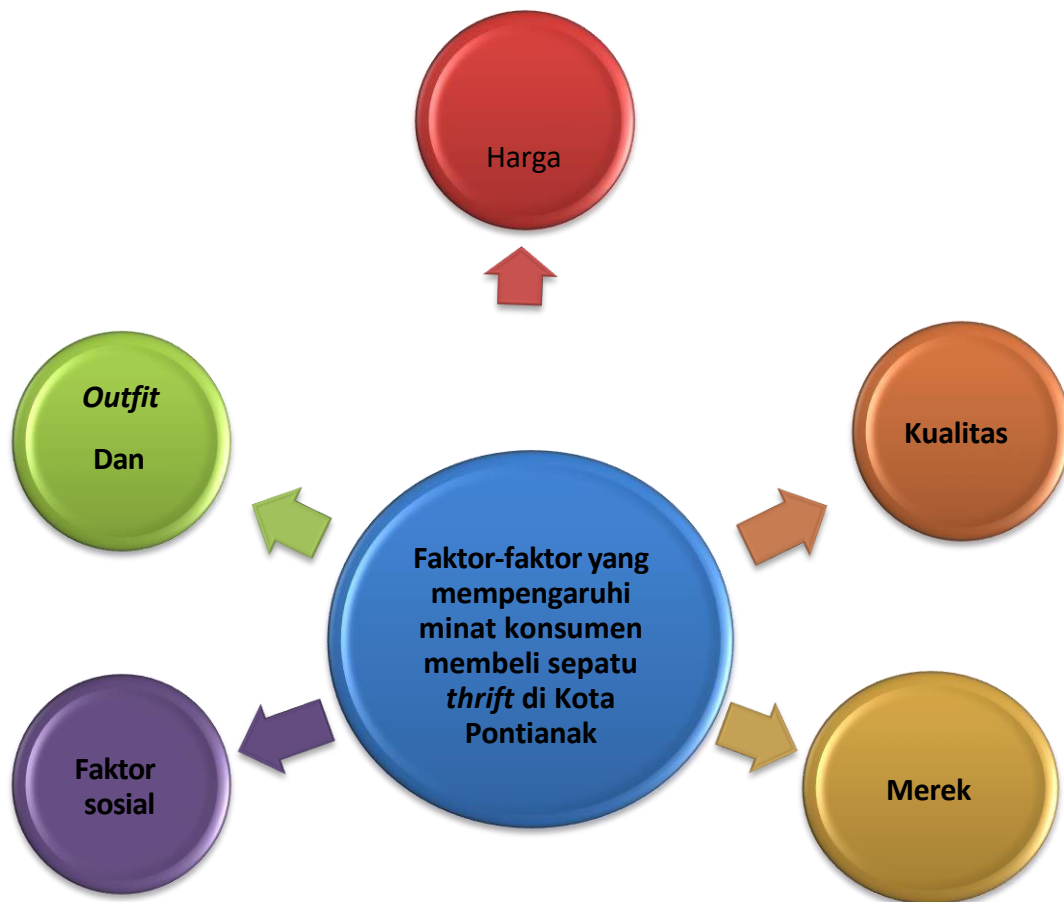
- a. Seperti ungkapan Responde ke 4 (empat): Saya pecinta produk- produk *thrift* rata-rata *style* yang saya gunakan dari produk *thrift*.

Hasil wawancara bersama Responden diatas bisa disimpulkan jika Responden tersebut sangat suka dengan produk *thrift*. Untuk memiliki penampilan yang bagus tidak harus menggunakan barang baru, tetapi produk *thrift* juga bisa menjadi *trend* dalam menggunakannya.

Sepatu *thrift* memang produk bukan baru lagi tetapi peminatnya sangat banyak, bisa dari kalangan anak muda bahkan orang tua. Mereka yang dari kalangan ekonomi atas atau menengah bahkan kelas bawahm juga banyak berburu sepatu *thrift*. Apa yang menjadi ketertarikan para



konsumen sudah terlihat, bahwa mereka tertarik karena harganya yang terjangkau murah, kualitas bagus, dan bermerek.



Gambar 2

### Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen membeli sepatu *thrift* di Kota Pontianak

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli berkaitan terhadap perasaan serta emosi. Jika individu merasa senang serta puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan meningkatkan minat membeli. Faktor yang bisa mempengaruhi minat beli konsumen menurut Kotler & Keller (2016) yakni:

1. Sikap Orang Lain  
Sikap orang lain bisa mempengaruhi minat beli konsumen. Sikap orang lain itu bisa berbentuk pandangan negatif orang lain akan merk yang diminati.
2. Faktor Situasi  
Situasi yang tidak pasti bisa merubah pandangan konsumen akan sebuah produk yang diminati. Hal ini bergantung dari pemikiran konsumen itu tentang produk, apakah dia akan percaya diri guna tetap memutuskan membeli produk atau tidak.

### KESIMPULAN

Mengenai pembahasan diatas minat konsumen dalam memilih sepatu *thrift* di pasar lelong yang beralamat di Jl. Komyos Sudarso Komplek Yuka, Kelurahan Sungai Beliang Kecamatan Pontianak Barat. Kesimpulan yang bisa ditarik yaitu:Minat konsumen terhadap sepatu *thrift* dalam penelitian ini tidak terbatas pada suatu kelompok, konsumen sepatu *thrift* bisa dari seluruh jenis kelamin, lapangan pekerjaan, faktor usia dan pendidikan. Bisa

kita lihat bahwa konsumen tertarik dengan sepatu *thrift* disebabkan karena beberapa faktor diantaranya:

1. Faktor Harga
2. Kualitas
3. Merek
4. Faktor sosial
5. *Style*

### Saran

Bagi peneliti memahami betul jika penelitian ini masih banyak mempunyai keterbatasan yang dapat dijadikan evaluasi kedepannya: Adapun saran dari penulis yaitu:

1. Dalam menjual sepatu *thrift* sebaiknya penjual menjelaskan secara detail dahulu kepada konsumen tentang sepatu *thrift* yang dijual, agar konsumen bisa mempertimbangkan dalam pembelian barang demi menghindari kerugian pribadi.
2. Pembeli harus lebih teliti dalam pemakaian barang yang dibeli, meskipun yang dibeli sepatu untuk dipakai dikaki sebelum penggunaan barang konsumen harus terlebih dahulu mencuci sepatu tersebut, demi menjaga kebersihan barang yang digunakan, karena sepatu *thrift* adalah barang impor dari luar yang bisa saja barang yang sudah pernah terpakai.
3. Dalam membeli barang, konsumen juga harus lebih memperhatikan kekurangan sepatu, bahkan sepatu yang dijual memiliki kekurangan seperti tidak ada tali, tidak mempunyai telapak dalam sepatu, dari hal tersebut konsumen harus lebih teliti dalam pemilihan, karena tidak semua sepatu *thrift* terjual dengan bentuk dan kualitas yang terbaik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anagari, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Malangkececwara) (*Doctoral dissertation*, STIE Malangkececwara).
- Amelia, M. S. (2016). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffee Time Kopo Bandung (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Awalia, N. (2019). Minat Konsumen dalam Memilih Pakaian Bekas di Pasar Sumpang Kota Parepare (Kontestasi Hukum Ekonomi Islam) (*Doctoral dissertation*, IAIN Parepare).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). *Deepublish*. NIM, E. R. S
- Rahmadhanti, N. I. M. (2018). Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Griya Jakabaring Permai Banyuasin (Doctoral Dissertation, Upt Perpustakaan UIN Raden Fatah).
- Russanti, I. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ud. Rizky Barokah Di Balongbendo (*Doctoral dissertation*, Universitas Bhayangkara Surabaya).
- Nursina, R. (2021) Pengaruh Merek Dan Kualitas Sepatu Second Original Terhadap Minat Beli Kaum Muda (Studi Kasus Konsumen Pasar Jongkok Kota Tembilahan) (*Doctor Dissertation*, Universitas Islam Riau).
- Wahyu, Y. I. (2018). Faktor-Faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas Di Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, 2(1), 394-411.
- Soendari, T. (2012). Pengujian keabsahan data penelitian kualitatif. Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia.

- Herdiansyah, H. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif, Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Penerbit Salemba Humanika.
- Wahyuni Purbohastuti, A., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46.