



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI GEN Z DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *SECONDHAND CLOTHES* DI JAKARTA

M. GUSTI REDHO



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gen Z dalam Keputusan Pembelian *Secondhand Clothes* di Jakarta” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Desember 2025

M Gusti Redho
K1401211106

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



ABSTRAK

M GUSTI REDHO. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gen Z dalam Keputusan Pembelian *Secondhand Clothes* di Jakarta. Dibimbing oleh HARTOYO dan FITHRIYYAH SHALIHATI

Meningkatnya minat Gen Z terhadap *secondhand clothes* (SHC) di Jakarta mendorong perlunya analisis faktor yang membentuk perilaku pembeliannya. Penelitian ini menguji pengaruh e-WOM, persepsi harga, dan persepsi kualitas terhadap sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, intensi, dan keputusan pembelian dengan pendekatan TPB dan SOR. Penelitian dilakukan pada Agustus-November 2025 terhadap 289 responden Gen Z menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum, e-WOM, persepsi harga, dan persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap sebagian besar variabel psikologis, namun e-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian, persepsi kualitas tidak berpengaruh terhadap norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap intensi pembelian. Sikap, norma subjektif, dan intensi pembelian terbukti memengaruhi keputusan pembelian. Implikasi manajerial menekankan perlunya penguatan kehadiran di ruang digital, kesesuaian harga dan kualitas, serta peningkatan pengalaman belanja yang nyaman dan informatif.

Katakunci: GenZ, Keputusan Pembelian, *Secondhand Clothes*, SEM-PLS, TPB-SOR

ABSTRACT

M GUSTI REDHO. Factors Affecting Gen Z's Purchase Decision of Secondhand Clothes in Jakarta. Supervised by HARTOYO and FITHRIYYAH SHALIHATI

The growing interest of Gen Z in secondhand clothes (SHC) in Jakarta highlights the need to understand the factors shaping their purchasing behavior. This study examines the influence of e-WOM, price perception, and quality perception on attitude, subjective norm, perceived behavioral control, purchase intention, and purchase decision using the TPB and SOR frameworks. The research was conducted from August to November 2025 with 289 Gen Z respondents and analyzed using SEM-PLS. The results indicate that, overall, e-WOM, price perception, and quality perception positively affect most psychological variables; however, e-WOM does not significantly influence purchase intention, quality perception does not affect subjective norm, and perceived behavioral control does not influence purchase intention. Attitude, subjective norm, and purchase intention are found to significantly affect purchase decisions. The managerial implications highlight the importance of strengthening digital presence, ensuring alignment between price and product quality, and enhancing a comfortable and informative shopping experience.

Keywords: Gen Z, Purchase Decision, Secondhand Clothes, SEM-PLS, TPB-SOR



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI GEN Z DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *SECONDHAND CLOTHES* DI JAKARTA

M GUSTI REDHO

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.
2. Sedy Watazawwadu'Ilmi, S.E., M.M.



Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gen Z dalam Keputusan Pembelian *Secondhand Clothes* di Jakarta
Nama : M Gusti Redho
NIM : K1401211106

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc.



Pembimbing 2:
Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh B.Sc M.Sc.
19771126 200812 2 001



Tanggal Ujian: 5 Desember 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Agustus 2025 sampai bulan Desember 2025 ini adalah “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gen Z dalam Keputusan Pembelian *Secondhand Clothes* di Jakarta”.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bantuan moral dan pengetahuan kepada penulis. Sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc. dan Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan motivasi selama penulis mengerjakan skripsi.
2. Bapak dan Ibu dosen, tenaga pendidik, dan seluruh civitas akademika Sekolah Bisnis IPB University yang telah memberikan ilmu, dan dukungan selama masa perkuliahan berlangsung.
3. Keluarga tercinta, ayahanda Suarto dan ibunda Linda selaku orang tua penulis, serta Ade Bagus dan Ria Arinda selaku saudara kandung yang tidak pernah luput memberikan doa dan dukungan selama menyelesaikan studi di Institut Pertanian Bogor.
4. Sahabat penulis, Kyla, Syahrul, Diandra, Ariella, Indah, Syilla, Azriel, Alvin, Danendra, Ismail, Irvan, Rasyad, Rafly, Auditia, Rangga, Ndaru, Farhan, Arya, Abizar, None, Shafa, Adis, Nata, Nisa, Ferza, Rayhan, Rara, dan Bilqis yang selalu mendukung dan memberi semangat bagi penulis selama masa perkuliahan.
5. Teman-teman Sekolah Bisnis IPB Angkatan 58, pihak dari Sekolah Bisnis IPB University yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Desember 2025

M Gusti Redho



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Stimulus-Organism-Response	6
2.2 <i>E-Word of Mouth</i>	7
2.3 Persepsi Harga	7
2.4 Persepsi Kualitas	8
2.5 <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
2.6 Intensi Pembelian	10
2.7 Keputusan Pembelian	10
2.8 Secondhand Clothes	10
2.9 Kerangka Pemikiran	11
2.10 Hipotesis	12
III METODE PENELITIAN	15
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.2 Metode Pengambilan Sampel	15
3.3 Teknik Pengambilan Data	15
3.4 Jenis dan Sumber Data	16
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Identifikasi Karakteristik Responden	21
4.2 Uji Instrumen Penelitian	23
4.3 Pembahasan	31
4.4 Implikasi Manajerial	37
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	55



DAFTAR TABEL

1	Jumlah populasi per generasi di Jakarta tahun 2025	3
2	Variabel dan definisi operasional	16
3	Karakteristik Responden	21
4	Hasil AVE	26
5	Hasil <i>Cross-loadings</i> untuk setiap indikator	27
6	Nilai Cronbach's alpha dan Composite reliability	28
7	R-Square	29
8	Nilai <i>Path Coefficient</i>	30
9	Implikasi Manajerial	37

DAFTAR GAMBAR

1	SOR (<i>Stimulus-Organism-Response</i>) theory	6
2	Kerangka pemikiran	12
3	Hipotesis penelitian	13
4	Model penelitian	20
5	Hasil <i>Outer Model Evaluation</i>	24
6	Hasil Inner Model Evaluation	29

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner	50
---	-----------	----