



**TIPOLOGI PERSEPSI KONSUMEN DALAM MEMILIH LOKASI
TEMPAT PENJUALAN PAKAIAN IMPORT BEKAS**
(Studi Fenomenologi di Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)



TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

OLEH

R O S I D A H
NIM : 55219120038

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : ROSIDAH
NIM : 55219120038
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : “Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas (Studi Fenomenologi di Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)”

Jakarta, Juli 2022

Dosen Pembimbing

(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T.)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : “Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat
Penjualan Pakaian Import Bekas (Studi Fenomenologi di
Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)”

Nama : Rosidah

NIM : 55219120038

Jenjang Pendidikan : S2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

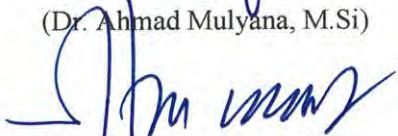
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

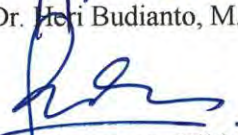
Tanggal : 04 Juli 2022

Jakarta, Juli 2022
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
2. Penguji Ahli :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
3. Pembimbing :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Heri Budiarto, M.Si)


(Dr. Rosmawaty Hilderiah
Pandjaitan, S.Sos., M.T.)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : “Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat
Penjualan Pakaian Import Bekas (Studi Fenomenologi di
Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)”

Nama : Rosidah

NIM : 55219120038

Jenjang Pendidikan : S2

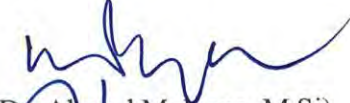
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

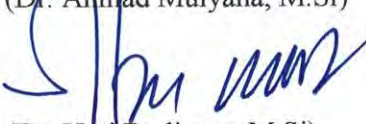
Tanggal : 04 Juli 2022

Jakarta, Juli 2022
Mengetahui,

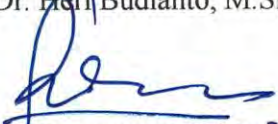
1. Ketua Sidang :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
2. Penguji Ahli :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)
3. Pembimbing :
(Nama Lengkap & Gelar Dosen)



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Heri Budianto, M.Si)



(Dr. Rosmawaty Hilderiah
Pandjaitan, S.Sos., M.T.)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : ROSIDAH
NIM : 55219120038
Jenjang Pendidikan : S2
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : “Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas (Studi Fenomenologi di Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)”

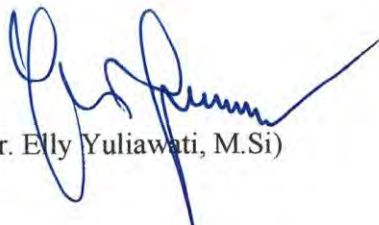
Jakarta, Juli 2022

Dosen Pembimbing



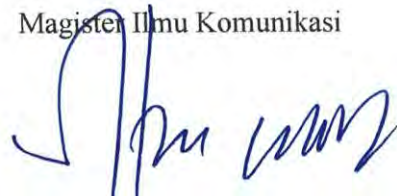
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Rosidah
NIM : 55219120038
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “ *Dasar Pemahaman Bagi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas (Studi Fenomenologi di Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)*”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 Juli 2022 , didapatkan nilai persentase sebesar 15 %

Jakarta, 11 Juli 2022
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : “Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas (Studi Fenomenologi di Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)”

Nama : Rosidah

NIM : 55219120038

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : Juli 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Juli 2022
M.  1000 (2 lembar)
128E0AJX976912448
(ROSIDAH)

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati, penulis menghaturkan puja-puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan tesis ini mampu diselesaikan. Tidak lupa shalawat serta salam tercurahkan bagi perjuangan Rasul akhir zaman, Nabi Muhammad SWA. Risalah beliauah yang bermanfaat bagi kita semua sebagai petunjuk menjalani kehidupan. Penulisan tesis berjudul “*Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas (Studi Fenomenologi di Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19)*” ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan yang harus dilengkapi guna memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta

Dalam proses penyusunan tesis ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, saran, nasehat, tenaga serta sumbangan pikiran dan dukungan moril, spiritual, maupun materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti hendak menyampaikan terimakasih kepada mereka yang selalu mendukung dengan berbagai cara dalam proses penyusunantesin ini. Peneliti hendak menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Kaprodi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, masukan dan dukungan dalam upaya penyelesaian tesis ini. Terimakasih sudah sabar membimbing sejauh ini.
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku penguji dalam sidang akhir, yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya untuk hadir. Terimakasih atas masukan dan perbaikan pada tesis ini.
4. Segenap dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan kepada peneliti selama mengenyam pendidikan di kampus.
5. Para narasumber atau informan yang telah bersedia untuk diwawancarai oleh penulis; Siti Maryam, Widya Asriza, Wiyantikah Putri, Dhania, Puji Rahayu, Dennisa, Eliza Tania, Anastasia Putri Lelengwilis, Anang Adji Sunoto, CH. Satria Wicaksana.
6. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dengan cinta-kasih serta doa-doa yang menyemangati ; suami yang tidak lelah mendukung, anak-anak yang selalu

memberi semangat dan dukungan agar terus menulis, menulis agar tesisnya selesai.

7. Saudara dan sahabat-sahabatku terutama seangkatan 36 di S2 Magister Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Menteng yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan moral untuk terus menyelesaikan tesis ini.
8. Kepada semua orang dimanapun berpijak yang dengan berbagai cara tanpa lelah berinteraksi dan berkontribusi dalam proses penyelesaian tesis ini.

Peneliti selaku penulis menyadari bahwasanya penyusunan tesis ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, berbagai kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini akan peneliti terima dengan senang hati. Kiranya hasil penulisan ini mampu memberikan sumbangan bagi semua orang dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 18 Juni 2022

Peneliti



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4.1 Maksud Penelitian	6
1.4.2 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Penelitian Akademis	6
1.5.2 Manfaat Penelitian Praktis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Review Penelitian Terdahulu Sejenis	8
2.2 Landasan Teori.....	53
2.2.1 Teori Fenomenologi.....	53
2.2.2 Teori Penilaian Sosial	54
2.3 Landasan Konseptual	58

2.3.1	Komunikasi Intrapersonal.....	58
2.3.2	Komunikasi Pemasaran.....	58
2.3.3	Persepsi	60
2.3.4	Konsumen	61
2.3.5	Pandemi Covid 19.....	61
2.4	Kerangka Pemikiran.....	63

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	64
3.2	Paradigma Penelitian	65
3.3	Obyek Penelitian.....	66
3.4	Informan Penelitian.....	67
3.5	Metode Penelitian	68
3.6	Jenis dan Sumber Data.....	69
3.6.1	Data Primer	69
3.6.2	Data Sekunder.....	71
3.7	Teknik Pengumpulan Data	72
3.8	Teknik Analisis Data	73
3.9	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Lokasi Tempat Penjualan.....	75
4.2	Informan Penelitian.....	82
4.3	Hasil Penelitian	89
4.3.1	Ragam Tipologi Persepsi Konsumen.....	89
4.3.2	Pengalaman Konsumen Dalam Memilih Lokasi	102
4.4	Pembahasan.....	108
4.4.1	Ragam Tipologi Bagi Persepsi Konsumen	108
4.4.1.1	Analisis Berdasarkan Teori Fenomenologi.....	108
4.4.1.2	Analisis Berdasarkan Teori Penilaian Sosial	109
4.4.1.3	Analisis Komunikasi Intrapersonal	119
4.4.1.4	Analisis Komunikasi Pemasaran.....	121
4.4.1.5	Analisis Persepsi Konsumen	126
4.4.2	Pengalaman Konsumen Dalam Memilih Lokasi	128

4.4.2.1 Analisis Berdasarkan Teori Penilaian Sosial	128
4.4.2.2 Analisis Komunikasi Intrapersonal	134
4.4.2.3 Analisis Komunikasi Pemasaran.....	136
4.4.2.4 Analisis Persepsi Konsumen.....	136

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	143

DAFTAR PUSTAKA	144
-----------------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	149
--------------------------------	-----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Asal Import Pakaian Bekas dan Gombal Tahun 2014.....	2
Gambar 2.1 Struktur Corona Virus.....	62
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	63
Gambar 3.1 Tahapan Dalam Proses Penelitian Kualitatif	64
Gambar 4.1. Contoh Publikasi Pasar Senin Di Media Online	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu Sejenis	28
Tabel 3.1	Informan Penelitian	68
Tabel 4.1	Ragam Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19	109
Tabel 4.2	Ragam Ego dan Pengalaman Konsumen Sebagai Tipologi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.....	111
Tabel 4.3.	Ragam Sifat Bagi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.	114
Tabel 4.4	Ragam Opini Ekstrim Bagi Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.....	116
Tabel 4.5	Ragam Perilaku Komunikasi Intrapersonal Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.....	120
Tabel 4.6	Analisis Persepsi Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19	127
Tabel 4.7	Pengalaman Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19	132
Tabel 4.8	Pengalaman Komunikasi Intrapersonal Konsumen Dalam Memilih Lokasi Tempat Penjualan Pakaian Import Bekas Di Kawasan Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.....	135