

**PSIKOGRAFIS KARAKTERISTIK KONSUMEN PAKAIAN BEKAS PADA  
MAHASISWA JAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana**

**(S1) Pada Program Studi Psikologi**



**Dosen Pengampu : Amy Mardatillah, M.Sc,Ph.D**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Oleh:

**MUTIARA ALVIANTY**

**46115010036**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

# PSIKOGRAFIS KARAKTERISTIK KONSUMEN PAKAIAN BEKAS PADA MAHASISWA JAKARTA

MUTIARA ALVIANTY

## ABSTRAK

Psikografis sebagai kajian tentang apa yang membentuk karakter seorang konsumen secara psikologis. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi karakteristik konsumen yang berstatus mahasiswa Jakarta sebagai pelaku pembelian pakaian bekas yang disebut dengan *Thifting*. Menggunakan alat ukur dari perilaku konsumen dan persepsi konsumen dengan jumlah responden sebanyak 400 mahasiswa aktif Jakarta pelaku *thifting*. Teridentifikasi bahwa konsumen pakaian bekas merupakan 235 mahasiswa laki – laki dan 165 mahasiswa perempuan yang berasal dari 259 mahasiswa universitas swasta dan 141 mahasiswa universitas negeri yang melakukan *thifting* dipasar pakaian bekas sebagai lokasi mereka membeli pakaian bekas dengan intensitas pembelian sebanyak lebih dari sepuluh potong pakaian dalam satu tahun serta 75 persen responden pada penelitian ini merupakan promotor pembelian pakaian bekas. Ditemukan hasil dari variable perilaku konsumen dimana faktor psikologis mendapati *mean* terbesar yakni berjumlah 4,02 pada item pernyataan bahwa motivasi, wawasan, kepercayaan dan sikap memengaruhi konsumen dalam membeli pakaian bekas dan pada variabel persepsi konsumen dimana faktor eksternal mendapati *mean* tertinggi sebesar 3,88 untuk item pernyataan mengenakan pakaian bekas merupakan salah satu cara konsumen untuk melakukan *go-green* .

**Kata Kunci:** Psikografis Karakteristik, Mahasiswa, Konsumen Pakaian Bekas

***PSYCHOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF CONSUMERS OF OUTWEAR  
(USED CLOTHES) IN JAKARTA COLLEGE STUDENTS***

**MUTIARA ALVIANTY**

**ABSTRACT**

*Psychographics as a study of what constitutes a consumer's character psychologically. This study seeks to identify the characteristics of consumers who are Jakarta students as the perpetrators of buying used clothes called Thifting. Using a measuring instrument of consumer behavior and consumer perceptions with the number of respondents as many as 400 active students in Jakarta who do thrifting. It was identified that used clothing consumers were 235 male students and 165 female students from 259 private university students and 141 public university students who thrifted in the secondhand clothing market as their location for buying used clothes with the purchase intensity of more than ten pieces of clothing in one. years and 75% of the respondents in this study were promoters of buying used clothes. It was found that the results of the consumer behavior variable where psychological factors found the largest mean, amounting to 4.02 in the statement item that motivation, insight, belief and attitude influence consumers in buying used clothes and on the consumer perception variable where external factors found the highest mean of 3.88 for statement items wearing used clothes is one way for consumers to protect the environment (go-green).*

**Keywords:** *Psychographic Characteristics, College Student, Used Clothes Consumers*

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tugas Akhir ini:

Judul : Psikografis Karakteristik Konsumen Pakaian Bekas Pada Mahasiswa Jakarta  
Nama : Mutiara Alvianty  
NIM : 46115010036  
Program : Program Studi Psikologi  
Tanggal : 15 Februari 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

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


Jakarta, 15 Februari 2021

UNIVERSITA  
MERCU BUA



## PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Psikografis Karakteristik Konsumen Pakaian Bekas Pada Mahasiswa Jakarta  
Nama : Mutiara Alvianty  
NIM : 46115010036  
Program : Program Studi Psikologi  
Tanggal : 15 Februari 2021

**Pembimbing**  
  
**Amy Mardhatillah, M.Sc, Ph.D**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mengesahkan

**Dekan Fakultas Psikologi**



**Muhammad Iqbal, Ph. D**

**Ketua Program Studi**



**Dr. Setiawati Litan Savitri, M.Si**

## LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Psikografis Karakteristik Konsumen Pakaian Bekas Pada Mahasiswa Jakarta**” telah diajukan dalam sidang skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta pada tanggal 15 Februari. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Jakarta, 15 Februari 2021



Penguji 1

Penguji 2

  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Irma H. Aliyiah, M.Psi, Psikolog

  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Dr. A. A. Anwar Prabu Mangkunegara, M.Si

Pembimbing



Amy Mardhatillah, M.Sc, Ph.D

## KATA PENGANTAR

Tugas akhir ini penulis buka dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk bisa menuntut ilmu hingga saat ini, selalu melindungi dan memberi jalan kemudahan penulis dalam setiap kesulitan serta memberikan segala nikmat dan rizki-NYA bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Psikografis Karakteristik Konsumen Pakaian Bekas pada Mahasiswa Jakarta”.

Tujuan penulisan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Fakultas Psikologi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis merasa sangat bersyukur atas bantuan serta dorongan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ayah Alif Haryawan dan Bunda Novianti selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memeberi semangat yang luar biasa sehingga a penulismampu mneylesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Amy Mrdhatillah, Ph. D selaku dosen pembimbing tugas akhir dan juga dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis terkait penulisan skripsi.
3. Ibu Irma Himmatul Aliyyah, S.Psi, Psikolog selaku dosen penguji 1 dan Bapak Dr. A. A. Anwar Prabu M, M.Si selaku dosen penguji 2 pada pelaksanaan siding skripsi.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah membantu penulis semasa studi akademik dan proses administrasi pengajuan siding tugas akhir.
5. Arini Rizky Junianti selaku teman baik yang selalu mendorong penulis secara emosional untuk tetap semangat dalam melakukan penulisan penelitian.

6. Febrianti Kristianingsih, Intan Kharisma Pratama Iskandar, Sunia Febriana, Satria Pamungkas selaku teman kampus yang meluangkan waktu untuk berdiskusi dan sepejuangan dalam mengerjakan tugas akhir.
7. Teman – teman komunitas sastra dan design yang membantu penulis dalam memberi informasi dan wawasan terkait objek penelitian.

Tugas akhir ini sesungguhnya masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan penulis, sehingga perlu diadakannya perbaikan dan peningkatan ke depannya pada penelitian serupa di masa yang akan datang. Semoga penelitian pada tugas akhir ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pembaca tetapi juga bagi semua pihak.



Jakarta, 15 Februari 2020

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Psikografis Karakteristik .....	9
2.2 Perilaku Konsumen .....	11
2.3 Persepsi Konsumen .....	15
2.4 Pakaian Bekas.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Responden Penelitian .....	24
3.2.1 Populasi.....	24
3.2.2 Sampel.....	25
3.2.3 Teknik Sampling.....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	26
3.3.1 Skala Pengukuran.....	26
3.4 Instrumen Penelitian.....	28
3.4.1 Alat Ukur Perilaku Konsumen.....	28
3.4.2 Alat Ukur Persepsi Konsumen.....	29

3.5 Metode Analisis Data .....	30
3.5.1 Statistik Deskriptif .....	30
3.5.2 Uji Validitas .....	30
3.5.3 Uji Realibilitas .....	31
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Deskripsi Umum Responden .....	32
4.1.1 Jenis Kelamin .....	32
4.1.2 Usia .....	32
4.1.3 Universitas .....	33
4.1.4 Lokasi Pembelian Pakaian Bekas .....	34
4.1.5 Intensitas Pembelian Pakaian Bekas .....	34
4.2 Analisa Deskriptif .....	35
4.2.1 Perilaku Konsumen .....	35
4.2.2 Persepsi Konsumen .....	38
4.2.3 Skala Net Promotor Score .....	41
4.3 Pembahasan .....	42
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Keterbatasan .....	48
5.3 Saran Penelitian .....	48
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>50</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>52</b>