

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai Pengaruh Tren *Thrifting* dan Ketahanan Finansial Terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z di Kabupaten Sikka yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Tren *Thrifting* dan Ketahanan Finansial memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumsi. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada kedua variabel independen tersebut diikuti oleh peningkatan pada Perilaku Konsumsi.
2. Secara parsial (uji t), variabel Tren *Thrifting* dan Ketahanan Finansial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Variabel Tren *Thrifting* memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Ketahanan Finansial, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien beta yang lebih besar.
3. Secara simultan (uji F), variabel Tren *Thrifting* dan Ketahanan Finansial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian yang digunakan memiliki kelayakan dalam menjelaskan hubungan antar variabel.
4. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 76,0% variasi Perilaku Konsumsi dapat dijelaskan oleh variabel Tren *Thrifting* dan

Ketahanan Finansial, sedangkan sisanya sebesar 24,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

5.2 Saran

1. Bagi perempuan Generasi Z, diharapkan dapat lebih bijak dalam menyikapi tren *thriftling* dengan tetap mempertimbangkan aspek kebutuhan dan kemampuan finansial, sehingga perilaku konsumsi yang terbentuk lebih rasional dan terkontrol.
2. Bagi pelaku usaha, khususnya dalam bidang *thriftling*, disarankan untuk memperhatikan kualitas produk serta strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z agar dapat meningkatkan minat dan keputusan konsumsi secara berkelanjutan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi Perilaku Konsumsi, seperti gaya hidup, literasi keuangan, atau pengaruh media sosial, mengingat masih terdapat 24,0% variabel lain yang belum dijelaskan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

5.3 Keterbatasan Peneliti

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang berlaku, namun demikian masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Secara umum, keterbatasan penelitian ini terletak pada aspek teknis pelaksanaan yang dapat berdampak pada hasil yang diperoleh. Keterbatasan dalam proses pengumpulan data, baik dari segi waktu,

kondisi responden, maupun pemahaman terhadap instrumen penelitian, berpotensi memengaruhi keakuratan data yang dihasilkan.

Selain itu, penggunaan metode dan pendekatan penelitian tertentu menyebabkan hasil penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi. Temuan yang diperoleh lebih merepresentasikan kondisi pada objek penelitian yang diteliti, sehingga perlu kehati-hatian dalam menggeneralisasikan hasil ke populasi yang lebih luas. Di sisi lain, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam menggambarkan fenomena secara menyeluruh, karena hanya berfokus pada variabel-variabel tertentu sesuai dengan ruang lingkup penelitian yang telah ditetapkan. Dengan adanya keterbatasan tersebut, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan kekurangan yang ada, baik dari segi metode, cakupan penelitian, maupun teknik pengumpulan data, sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991a). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–221. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (1991b). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002>.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(2), 123–142.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Ekonomi Indonesia 2020 Turun Sebesar 2,07 Persen*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sikka. (2024). *Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sikka tahun 2024*. <https://sikkakab.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/14/183/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-sikka-tahun-2024>.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W. H. Freeman and Company.
- Deloitte. (2025). 2025-Genz-Millennial-Survey. In <https://www.Deloitte.Com/Global/En/Issues/Work/Genz-Millennial-Survey.Html>.
- Faerrosa, Lady, Widiyasti, B. D., & Komala, R. (2024). Content analysis of male & female green preferences on thrift clothes. *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 6(1), 117–130. <https://doi.org/10.36067>.
- Fisher J., P. (2019). Financial resilience and financial well-being. *Journal of Consumer Affairs*, 53(4), 1547–1569. <https://doi.org/10.1111/joca.12257>
- Goodstats. (2023). *Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir*. <https://data.goodstats.id/statistic/statistik-import-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hardesty, D. M., & Bearden, W. O. (2009). Consumer Behavior and Retailing. *Journal of Retailing*, 85(3), 239–244.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016>.

- Julia, S. R., Zunaedi, R. A., & Putra, P. S. (2024). Analisis persepsi Generasi Z terhadap pembelian pakaian bekas pada sosial media di Indonesia. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 157–174. <https://doi.org/10.53088>
- Klapper, L., & Lusardi, A. (2020). Financial Literacy and Financial Resilience: Evidence from Around the World. *Financial Management*, 49(3), 589–614. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Editi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- La Ruas, Z., & Abdurrahman, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Barang Thrifting di Yogyakarta. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management*, 1(4), 37–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.63901>
- Lestari, F. A., & Asmarani, R. (2021). Fenomena Thrifting sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *E3S Web of Conferences*, 317. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131701006>
- Lusardi, A., Hasler, A., & Yakoboski, P. J. (2021). Building up financial literacy and financial resilience. *Mind & Society*, 20(2), 181–187. <https://doi.org/10.1007/s11299-020-00246-0>
- Lusardi, A., & Klapper, L. (2020). *Financial literacy and resilience during crises*. World Bank.
- Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56(3), 227–238. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.227>
- Masten, A. S., & Barnes, A. J. (2018). Resilience in children: Developmental perspectives. *Children*, 5(7), 1–16. <https://doi.org/10.3390/children5070098>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Consumer Behavior: A Framework* (6th Editio). Pearson Education.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Financial resilience and consumer vulnerability*. <https://www.oecd.org>
- Pratomo, A. S. P. Y., Pasaribu, I. S. P., & Rakhmawati, N. A. (2024). Analisis Pengaruh Tren Thrifting Terhadap Preferensi Fashion Dan Perilaku Pembelian Pakaian Di Kalangan Mahasiswa Its. *Etika Teknologi Informasi*, 1(1), 1–11.

- Ramadhan, A. F. (2024). *Tren fast fashion pakaian masa new normal di Indonesia: Efektivitas konsep sustainable fashion terhadap lingkungan*. 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.61511/jwsc.v1i2.2024.1247>
- Ramdan, D., & Pertiwi, S. (2025). Perceptions in Thrifting As a Lifestyle. *Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi*, July, 131–137.
- Ristiani, N., Raidar, U., & Wibisono, damar. (2022). Fenomena Thrifting Fashion di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi*, 1(2), 186–195.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior: Global Edition* (Global Edi). Pearson Education.
- Siagian, M., & Yuniati. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Import, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrifting Di Batam. *Journal of Management & Business*, 6(2), 215–225.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.).
- Syakir, A. (2024). Analisis Faktor Eksistensi Tren Thrifting Sebagai Gaya Konsumsi Fashion Dikalangan Generasi Millenial. *Independent: Journal of Economics*. <https://doi.org/10.26740>
- Vella, S.-L., & Pai, N. (2019). A theoretical review of psychological resilience: Defining resilience and resilience research over the decades. *Archives of Medicine and Health Sciences*, 7(2), 233. <https://doi.org/10.4103>