

**TIPOLOGI PERILAKU MAHASISWI INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP DALAM MEMBELI
PAKAIAN *THRIFTING***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah



OLEH :

SEPTI RISKIANA
NIM: 22681047

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
2026**

Hal: Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **Septi Riskiana** mahasiswi IAIN yang berjudul **“Tipologi Perilaku Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Membeli Pakaian Thrifting”** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

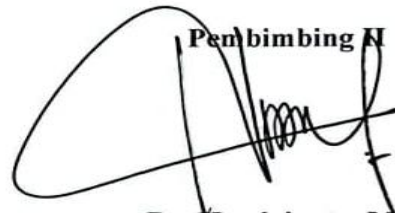
Curup, 11 Juni 2026

Pembimbing I



Dr. M. Sholihin, M.S.I
NIP. 19840218 201903 1 005

Pembimbing II



Dr. Hendrianto, MA
NIP. 19870621 202321 1 022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Septi Riskiana
Nomor Induk Mahasiswa : 22681047
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Tipologi Perilaku Mahasiswa Dalam Membeli Pakaian
Thrifting (Studi Kasus Mahasiswa Institut Agama Islam
Negeri Curup)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini bukan merupakan karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Juni 2026



Septi Riskiana
NIM: 22681047



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan : Dr. AK Gani No; 01 PO 108 Tlp (0732) 21010 -21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 454 /In.34/FS/PP.00.9/07/2026

Nama : SEPTI RISKIANA
NIM : 22681047
Fakultas : Syari'ah Dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Tipologi Perilaku Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Dalam Membeli Pakaian *Thrifting*

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

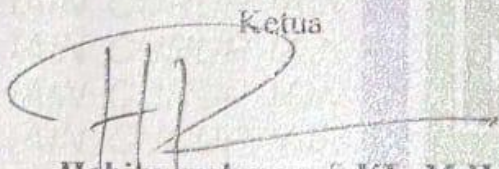
Hari/Tanggal : Senin, 22 Juni 2026
Pukul : 09.30 s/d 11.00 WIB
Tempat : Ruang IV Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

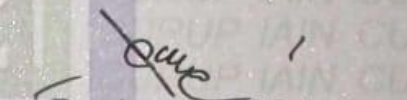
Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah

TIM PENGUJI

Ketua

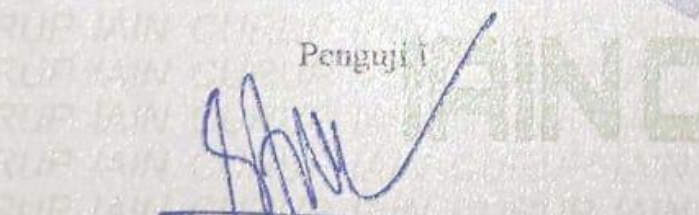
Sekretaris

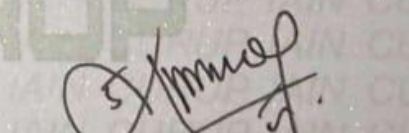

Habiburrahman, S.H., M.H.
NIP. 1985032920419031005


Dr. Agusten, M.Ag.
NIP. 197208101999031004

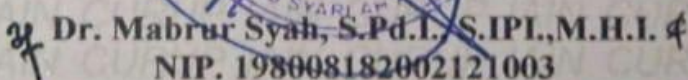
Penguji I

Penguji II


Prof. Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd., M.M.
NIP. 197502192006041008


Sineba Arli Silvia, M.E.
NIP. 199105192023212037

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam**


Dr. Mabruar Syah, S.Pd.I., S.IPL., M.H.I.
NIP. 198008182002121003

SISTEM TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba‘	B	Be
ت	Ta‘	T	Te
ث	tsa‘	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra‘	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta‘	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Tha‘	Th	Tet (dengan titik di bawah)
ع	=Ain	=	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa‘	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha‘	H	Ha
ء	Hamzah	=	Apostrof
ي	Ya‘	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

هتعدد دة	ditulis	<i>muta’addidah</i>
عدة	ditulis	<i>‘iddah</i>

C. *Ta' Marbutah* di akhir kata

1. Bila dimatikan tulis h

حكمة	ditulis	<i>hikmah</i>
جسنة	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah ditulis dengan h

كراهة الأولياء	ditulis	<i>karamah al-aulia</i>
----------------	---------	-------------------------

3. Bila ta'marbutah hidup atau harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

زكاة المطر	ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

.....	fathah	ditulis	A
.....	kasrah	ditulis	-I
.....	dammah	ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fattahah + Alif جاهلية	Ditulis ditulis	A <i>Jahiliyah</i>
----	---------------------------	--------------------	-----------------------

2.	Fathah + Ya‘mati تَسَا	Ditulis ditulis	A <i>Tansa</i>
3.	Kasrah + Ya‘mati كَرِن	Ditulis ditulis	L <i>Karim</i>
4.	Dhammah + Wawu mati فَرُو	Ditulis ditulis	U <i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + Ya‘ mati بَيَّا كُوم	ditulis ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
2.	Fathah + Wawu mati زُول	ditulis ditulis	Au <i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan Apostrof

أَأْتَن	ditulis	<i>a’antum</i>
عَدَتُ أ	ditulis	<i>u’iddat</i>
لَا شَكَرْتَنَل	ditulis	<i>la’in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-Qur’an</i>
الْقِيَّاسُ	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *syamsiah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السَّوَاءُ	Ditulis	<i>as-sama’</i>
الشَّوْصُ	Ditulis	<i>asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

الفروض دوى	ditulis	<i>zawi al-furud</i>
سنة ال أهل	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

ABSTRAK

Septi Riskiana, NIM. 22681047. "Tipologi Perilaku Mahasiswi Institut Agama Islam (IAIN) Curup Dalam Membeli Pakaian *Thrift*ing"

Fenomena pembelian pakaian *thrift*ing semakin berkembang di kalangan mahasiswi karena dianggap sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan berpakaian dengan harga yang lebih terjangkau. Namun, perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing menunjukkan pola yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tipologi perilaku mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam mengkonsumsi dari pembelian pakaian *thrift*ing berdasarkan alasan pembelian, makna konsumsi, serta prinsip konsumsi Islam perspektif Al-Ghazali. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Informan penelitian berjumlah 15 mahasiswi aktif IAIN Curup angkatan 2022–2024 yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan aplikasi Nvivo 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan mahasiswi membeli pakaian *thrift*ing dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan psikologis. Harga yang terjangkau, kualitas pakaian yang masih baik, serta pengaruh teman dan media sosial menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Mahasiswi memaknai *thrift*ing sebagai cara menghemat pengeluaran, memenuhi kebutuhan berpakaian, serta mengekspresikan gaya hidup dan identitas diri. Berdasarkan perspektif konsumsi Islam Al-Ghazali, ditemukan dua tipologi perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing, yaitu perilaku pembelian yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan serta perilaku pembelian yang cenderung hanya karena keinginan yang berlebihan akibat harga pakaian *thrift*ing yang terjangkau. Tipologi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing tidak bersifat *homogen*, melainkan memiliki karakteristik yang berbeda sesuai dengan orientasi konsumsi masing-masing.

Kata Kunci: *Tipologi Perilaku , Thrift*ing, Konsumsi, Al-Ghazali

ABSTRACT

Septi Riskiana, Student ID Number 22681047. "Typology of Students' Behavior at the State Islamic Institute (IAIN) Curup in Purchasing Thrifted Clothing"

The phenomenon of thrifting clothing is growing among students because it is considered an alternative to meet clothing needs at a more affordable price. However, student behavior in purchasing thrifted clothing shows diverse patterns. This study aims to analyze the typology of behavior of students at the State Islamic Institute (IAIN) Curup in consuming thrifted clothing based on the reasons for purchase, the meaning of consumption, and the principles of Islamic consumption from Al-Ghazali's perspective. This study uses a qualitative method with a descriptive nature. The research informants were 15 active students of IAIN Curup, class of 2022–2024, selected using a purposive sampling technique. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed using the Nvivo 12 application. The results show that students' reasons for purchasing thrifted clothing are influenced by economic, social, and psychological factors. Affordable prices, good quality clothing, and the influence of friends and social media are the main factors in purchasing decisions. Students interpret thrifting as a way to save money, meet clothing needs, and express lifestyle and self-identity. Based on Al-Ghazali's Islamic consumption perspective, two typologies of student behavior in purchasing thrifting clothing were found: purchasing behavior oriented towards fulfilling needs and purchasing behavior that tends to be driven solely by excessive desires due to the affordable prices of thrifting clothing. This typology shows that student consumption behavior in purchasing thrifting clothing is not homogeneous, but rather has different characteristics according to each individual's consumption orientation.

Keywords: *Behavioral Typology, Thrifting, Consumption, Al-Ghazali*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Tipologi Perilaku Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Dalam Membeli Pakaian *Thrifting*” .

Sholawat beserta salam senantiasa di hanturkan kepada nabi Muhammad SAW sebagai wujud kecintaan yang mendalam sebagaimana beliau mencintai umatnya dengan perjuangan dan ketulusan hingga akhir hidupnya. Beliau dengan keteladanannya mengajarkan bahwa ilmu adalah apa yang diamalkan, dan memberikan manfaat dalam kehidupan dunia dan akhirat, bagaimana ilmu itu dapat membawa perubahan bagi bangsa yang jahil menuju pada kemahiran, bagaimana ilmu yang seharusnya memberikan ketentraman bagi setiap manusia, dan bagaimana ilmu itu seharusnya membawa pada kebahagiaan dunia dan akhirat. Dengan keteladanan beliauah peneliti berharap ilmu yang didapat melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kebahagiaan di dunia dan akhirat. Peneliti juga sangat berterima kasih kepada semua yang terlibat dalam menyelesaikan penelitian ini, terkhususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M. Pd.I., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Mabrusyah, S.Pd.,S.IPI.,M.HI., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

3. Bapak Andriko, M.E, Sy. selaku ketua program studi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Mega Ilhamiwati, S.Sy., M.A., AWPS. selaku dosen Penasehat Akademik yang selalu memberikan nasihat serta arahnya khususnya dalam proses akademik.
5. Bapak Dr. M. Sholihin, M.S.I. sebagai Pembimbing I dan Bapak Dr. Hendrianto, M.A. sebagai Pembimbing II yang telah banyak membimbing dan mengarahkan peneliti dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, arahan, dukungan, serta motivasi yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Fenti Sinarwani, S.Pd., selaku staf program studi Ekonomi Syari'ah yang telah membantu dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik peneliti melalui ilmu, bimbingan, perhatian, serta pelayanan yang tulus selama masa perkuliahan.
8. Seluruh informan yang telah membantu peneliti dalam memperoleh data dan informasi selama penelitian berlangsung.
9. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tidak terlepas dari berbagai kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan pengembangan karya ilmiah di masa mendatang. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan bagi para pembaca, khususnya bagi

mahasiswa dan pihak-pihak yang memiliki ketertarikan terhadap kajian yang dibahas dalam penelitian ini. Semoga segala bantuan, dukungan, doa, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT serta menjadi amal jariyah yang bernilai pahala di sisi-Nya.

Aamiin Ya Rabbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Curup, 11 Juni 2026

Septi Riskiana

NIM: 22681047

MOTTO

Allah tidak pernah berkata semuanya selalu mudah tetapi dua kali

Allah menegaskan :

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan ”*

(Q.S. Al-Insyirah 94:6).

Kehidupan bukan tentang menghindari kesulitan, melainkan tentang belajar untuk tetap kuat dalam menghadapinya. Sebab setiap ujian yang datang membawa pelajaran, setiap penantian mengajarkan kesabaran, dan setiap perjuangan yang dilakukan dengan ikhlas akan menemukan hasil terbaik pada waktunya.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta pertolongan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya sederhana ini. Perjalanan ini tentu tidak terlepas dari doa, dukungan, serta kehadiran orang-orang yang berarti dalam hidup peneliti. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, karya ini peneliti persembahkan kepada:

1. Pertama dan yang paling utama Kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, terima kasih atas segala nikmat iman, kesehatan, kesempatan, serta kemudahan yang diberikan dalam setiap langkah perjalanan hidup peneliti. Terima kasih karena telah menjadi tempat kembali di setiap lelah, penguat di setiap keraguan, penenang di setiap tangis, dan penolong di setiap kesulitan yang peneliti lalui selama perjalanan ini. Ketika langkah terasa berat dan keadaan tidak sesuai harapan, Engkau selalu menunjukkan jalan terbaik. Tidak ada pencapaian ini tanpa izin, pertolongan, serta kasih sayang-Mu. Segala puji bagi-Mu atas setiap proses, ujian, dan pelajaran hidup yang akhirnya mengantarkan peneliti sampai pada titik ini.
2. Untuk kedua orang tuaku yang tercinta Bapak Fajri dan Ibu Surani, terima kasih atas segala cinta, doa, nasihat, dan perjuangan yang telah diberikan kepada peneliti. Perjalanan dalam menyelesaikan pendidikan ini tidaklah mudah, namun berkat dukungan, kesabaran, dan pengorbanan Bapak dan Ibu, peneliti mampu melewati setiap proses hingga sampai pada tahap ini. Tidak ada pencapaian yang diraih tanpa doa yang selalu mengiringi dan kerja keras yang telah Bapak dan Ibu lakukan demi masa depan peneliti. Karya sederhana ini peneliti

persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur dan terima kasih yang mendalam atas segala pengorbanan yang tidak ternilai harganya. Semoga pencapaian ini dapat menjadi kebahagiaan dan kebanggaan bagi Bapak dan Ibu, serta menjadi langkah awal bagi peneliti untuk membalas segala kebaikan dan kasih sayang yang telah diberikan dengan penuh ketulusan.

3. Untuk kakakku satu satunya, Zaenuri Setiawan, terima kasih atas segala dukungan, bantuan, dan perhatian yang telah diberikan kepada peneliti selama menempuh pendidikan ini. Kehadiranmu selalu memberikan semangat bagi peneliti untuk terus berusaha menyelesaikan setiap tahapan yang ada. Terima kasih karena selalu bersedia membantu dan mendengarkan setiap keluhan kesah peneliti selama perjalanan ini.
4. Untuk diriku sendiri, Septi Riskiana, terima kasih karena telah bertahan dan berjuang sejauh ini. Dulu, rasanya tidak pernah terbayang akan menempuh pendidikan hingga sampai pada tahap ini. Banyak proses yang telah dilalui, berbagai tantangan yang harus dihadapi, serta rasa lelah dan keraguan yang sering datang silih berganti. Namun, di tengah semua itu, kamu tetap memilih untuk bertahan, belajar, dan terus melangkah tanpa menyerah. Terima kasih karena telah menjadi kuat dalam keadaan yang tidak selalu mudah dan tetap percaya bahwa setiap usaha akan menemukan hasilnya. Tetaplah menjadi pribadi yang rendah hati, kuat, dan penuh semangat dalam menghadapi setiap langkah kehidupan yang akan datang.
5. Untuk sahabat peneliti, Zora Lensiani, Umi Kartika, Siti Mastura, Selfi Ferminta, dan Wulan Anggraini, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, perhatian,

dukungan, serta berbagai cerita yang telah dilalui bersama. Kehadiran kalian memberikan warna tersendiri dalam setiap proses yang dijalani, baik dalam suka maupun duka. Berbagai pengalaman, tawa, dan kenangan yang tercipta akan selalu menjadi bagian berharga yang tidak terlupakan dalam perjalanan ini.

6. Untuk teman-teman seperjuangan Ekonomi Syari'ah Angkatan 2022 Lokal C yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan dan kerja samanya selama menempuh pendidikan ini. Semoga kebersamaan ini tetap terjaga dan menjadi kenangan berharga di masa depan.
7. Untuk almamater IAIN Curup tercinta.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	iv
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
MOTTO	xiv
PERSEMBAHAN.....	xv
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Terdahulu	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori	15
1. Tipologi	15
2. Perilaku Pembelian.....	17
3. Konsumsi dalam Islam	23
4. Konsumsi Menurut Al-Ghazali	29
5. Pakaian <i>Thrift</i> ing	35
B. Kerangka Berfikir	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Subjek Penelitian	41

D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Objektif Wilayah	46
B. Temuan Hasil Penelitian	53
1. Alasan Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Membeli Pakaian <i>Thrift</i>	54
2. Makna Pembelian Pakaian <i>Thrift</i> di Kalangan Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	67
3. Perilaku Konsumsi Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Membeli Pakaian <i>Thrift</i> Ditinjau Menurut Prinsip Konsumsi Islam Perspektif AL-Ghazali	73
C. Pembahasan	80
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswi Pengguna Pakaian <i>Thrift</i> ing	5
Tabel 1.2 Kajian Terdahulu	11
Tabel 2.1 Perbedaan Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1 Project Penelitian.....	82
Gambar 4.2 Impor Data Hasil Wawancara	82
Gambar 4.3 <i>Word Cloud</i> Hasil Penelitian.....	83
Gambar 4.4 Kode dan Tema Hasil Wawancara	85
Gambar 4.5 <i>Mind Map</i> Penelitian	86
Gambar 4.6 <i>Project</i> Nvivo	88
Gambar 4.7 <i>Project</i> Nvivo	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk ekonomi tidak pernah terlepas dari aktivitas konsumsi, baik yang berkaitan dengan kebutuhan maupun keinginan. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai pakaian, membeli dan memakai kendaraan, dan yang lainnya.

Pakaian adalah salah satu kebutuhan yang pokok atau wajib selain kebutuhan akan tempat tinggal dan makanan. Dalam memenuhi kebutuhan berpakaian, individu tidak selalu harus membeli pakaian baru, melainkan dapat memilih alternatif lain berupa pakaian bekas yang masih layak pakai, yang dikenal dengan istilah pakaian *thrifting*. Pakaian *thrifting* merupakan produk yang sebelumnya telah digunakan, kemudian diperjualbelikan kembali. Umumnya, pakaian *thrifting* yang beredar di pasaran berasal dari kegiatan impor dari berbagai negara seperti Korea, Cina, Jepang, serta negara lainnya, sehingga menawarkan variasi model, kualitas, dan merek yang beragam.¹

Data Kementerian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), menyebutkan bahwa impor baju bekas(*thrifting*) yang masuk di Indonesia pada

¹ Sari Tri Stianawati dan Dyah Permata Budi Asri, “Analisis Hukum Terhadap Praktik Perdagangan Pakaian Bekas Impor (*Thrifting*) Pada Platform Tokopedia Di Indonesia (Studi Kasus Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) Sebagai Alat Deteksi Transaksi Ilegal),” *Almufi Jurnal Sosial Dan Humaniora* 2, no. 2 (2025): 39-51, <https://doi.org/10.63821/ash.v2i2.448>.

2021 mencapai 7 ton. Kemudian naik menjadi 12 ton pada 2022 dan 2023. Tahun 2024, naiknya hingga 300 kali lipat, menjadi 3.600 ton. Sampai dengan akhir agustus tahun 2025, impor baju bekas mencapai 1.800 ton.²

Meningkatnya peredaran pakaian bekas (*thrifting*) mendorong pemerintah menetapkan kebijakan larangan impor pakaian bekas (*thrifting*) melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 yang kemudian diperkuat dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022. Dalam ketentuan tersebut disebutkan bahwa barang yang dilarang untuk diimpor meliputi kantong bekas, karung bekas, serta pakaian bekas (*thrifting*). Kebijakan ini ditetapkan dengan tujuan untuk melindungi konsumen dari potensi risiko kesehatan akibat penggunaan barang bekas impor, serta menjaga keberlangsungan dan daya saing industri tekstil dalam negeri.³ Meskipun terdapat kebijakan pemerintah terkait pembatasan impor atau pembelian pakaian bekas (*thrifting*), aktivitas pembelian ini masih tetap berlangsung dalam jumlah yang signifikan. Data tersebut sekaligus mengindikasikan bahwa minat pembelian terhadap pakaian bekas (*thrifting*) masih cukup tinggi.

Hadirnya produk *thrifting* bagaikan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan. Rata-rata produk *thrifting* merupakan barang-barang yang harganya masih banyak di bawah standar namun memiliki kualitas yang bagus. Hal tersebutlah yang mendasari banyaknya peminat ingin membeli pakaian *thrifting*, salah satu peminatnya yaitu dari kalangan mahasiswi, karena melihat

² Elsa Trisni, "Soal *Thrifting*, Modernisasi dan Ketergantungan," Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 25 November 2025, diakses 11 Juni 2026, <https://opini.kemenkeu.go.id/pages/read/soal-thrifting-modernisasi-dan-ketergantungan>

³ Alwi Musa Muzaiyin, Ali Mahmud, dan Ainun Umi Khabibah, "Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Pakaian Bekas Impor/*Thrifting* (Studi Kasus Di Area Thrifting Samudera Kota Kediri)," Jurnal Ekonomi Syariah 1, no. 1 (2024): 1-10.

keuntungan yang menjanjikan dari setiap pembelian, baik dari segi kualitas maupun nilai estetika.

Penelitian Indri Haryanti dan Asep Miftahul Falah menjelaskan bahwa *thrifting* telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan tren fashion, di mana mahasiswa memanfaatkan pakaian *thrifting* sebagai alternatif memperoleh pakaian berkualitas dengan harga terjangkau sekaligus sebagai bentuk ekspresi diri.⁴

Nur Mustika Syahputri juga menunjukkan bahwa minat beli mahasiswa terhadap produk *thrifting* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti harga, kualitas produk, serta pengaruh lingkungan sosial. Penelitian tersebut menegaskan bahwa keputusan pembelian pakaian *thrifting* tidak terlepas dari dorongan kebutuhan serta faktor psikologis dan sosial. Namun, kajian tersebut masih berfokus pada aspek minat beli dan belum mengkaji perilaku konsumsi mahasiswi secara mendalam dalam perspektif nilai-nilai Islam.⁵

Berdasarkan penelitian dan *research gap* di atas, dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan hasil dan sudut pandang antar penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Indri Haryanti dan Asep Miftahul Falah menunjukkan bahwa *thrifting* telah berkembang sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa yang dipengaruhi oleh faktor tren, ekonomi, dan kesadaran lingkungan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Nur Mustika Syahputri menunjukkan bahwa minat beli mahasiswa terhadap produk *thrifting*

⁴ Indri Haryanti dan Asep Miftahul Falah, "Fenomena *Thrifting* Sebagai *Fashion Lifestyle*: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung," *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 205–221., 2023, <https://doi.org/10.26742/atrat.v11i2.3188>.

⁵ Nur Mustika Syahputri dan Marliyah Marliyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping Di Kalangan Mahasiswa UINSU," *Jesya* 6, no. 1 (2023): 282-96, <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>.

dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas produk, serta pengaruh sosial di lingkungan sekitarnya.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek gaya hidup dan faktor yang memengaruhi minat beli, namun belum secara mendalam mengkaji bagaimana bentuk dan klasifikasi atau tipologi perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting*, khususnya jika ditinjau dari perspektif Islam. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*) yang muncul akibat perbedaan fokus dan temuan dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, fokus kajian diarahkan pada mahasiswi sebagai kelompok yang aktif dalam praktik konsumsi pakaian *thrifting*. Ketertarikan terhadap produk *thrifting* didorong oleh manfaat yang dirasakan, seperti harga yang relatif terjangkau serta kualitas barang yang masih layak pakai, sehingga banyak diminati oleh mahasiswi di Institut Agama Islam Negeri Curup. Sebagai generasi muda, mahasiswi memiliki peran strategis dalam membentuk pola konsumsi yang selaras dengan nilai-nilai islam. Dengan akses yang luas terhadap informasi, tren, dan perkembangan gaya hidup, mahasiswi diharapkan mampu bersikap rasional serta mempertimbangkan aspek kebutuhan, kemanfaatan, dan etika dalam berkonsumsi. Namun, dalam praktiknya, perilaku konsumsi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* menunjukkan keragaman pola perilaku.

Hal ini terlihat ketika peneliti melakukan wawancara awal terhadap mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Curup angkatan 2022-2024. Adapun

data mahasiswi yang pernah menggunakan pakaian *thrifting* disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Mahasiswi Pengguna Pakaian *Thrifting*

No	Nama	Fakultas	Angkatan	Jenis	Jumlah
1.	Ayunsa Putri	Syari'ah	2023	Baju	5
2.	Nur Azizah	Tarbiyah	2024	Baju dan Celana	3
3.	Leksa Meilianti	Tarbiyah	2024	Baju	6
4.	Destrian Isnaini	Syari'ah	2022	Baju dan Celana	6
5.	Pipin Cahaya Octavia	FUAD	2023	Baju	4
6.	Meitia Tara Zagita	FUAD	2023	Baju	3
7.	Dwi Putri Karunia	Tarbiyah	2022	Baju	4
8.	Weni Lestari	Tarbiyah	2022	Baju dan Celana	5
9.	Sherly Amanda Putri	Tarbiyah	2023	Baju	5
10.	Lili Anggraini	Tarbiyah	2024	Baju dan Celana	3
11.	Weni Noviana	Syari'ah	2022	Baju	4
12.	Selfi Ferminta	Syari'ah	2022	Baju	5
13.	Cantika Mutiara Sari	Tarbiyah	2024	Baju dan Celana	6
14.	Leni rahmawati	FUAD	2023	Baju	6
15.	Esta	FUAD	2024	Baju dan Celana	6

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan Tabel 1.1, diketahui bahwa mahasiswi IAIN Curup dari berbagai fakultas dan angkatan telah melakukan pembelian pakaian *thrifting* dengan jumlah yang beragam. Data tersebut menunjukkan bahwa pakaian *thrifting* cukup diminati oleh mahasiswa karena menawarkan harga yang relatif terjangkau serta kualitas yang masih layak digunakan. Perbedaan jumlah pembelian yang dilakukan oleh masing-masing mahasiswi mengindikasikan adanya variasi perilaku konsumsi dalam membeli pakaian *thrifting*. Harga pakaian *thrifting* yang relatif murah tidak hanya mendorong mahasiswi untuk memenuhi kebutuhan berpakaian secara ekonomis, tetapi juga dapat meningkatkan kecenderungan membeli dalam jumlah

yang lebih banyak yang terkadang tidak sesuai dengan kebutuhan yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena harga yang terjangkau membuat sebagian mahasiswi tertarik untuk membeli berbagai pakaian yang dianggap menarik tanpa mempertimbangkan secara matang apakah pakaian tersebut benar-benar dibutuhkan atau akan digunakan secara optimal.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa harga yang relatif rendah tidak hanya mendorong perilaku konsumsi yang bersifat ekonomis, tetapi juga berpotensi memengaruhi intensitas pembelian mahasiswi. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumsi ideal adalah perilaku yang berorientasi pada kebutuhan, kemanfaatan, dan keseimbangan serta menghindari perilaku berlebihan (*israf*). Menurut Al-Ghazali, aktivitas konsumsi seharusnya diarahkan pada pemenuhan kebutuhan secara proporsional dan tidak melampaui batas yang dapat menimbulkan pemborosan. Dengan demikian, konsumsi yang ideal adalah konsumsi yang memberikan manfaat serta menjaga keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan nilai-nilai spiritual.

Perbedaan antara temuan empiris di lapangan dan konsep konsumsi tersebut menunjukkan bahwa perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* tidak bersifat homogen, melainkan membentuk pola-pola tertentu. Variasi perilaku ini mengarah pada terbentuknya tipologi perilaku konsumsi yang berbeda di kalangan mahasiswi. Hal ini menunjukkan pentingnya mengkaji lebih lanjut tipologi perilaku tersebut dalam perspektif konsumsi Islam guna memahami sejauh mana praktik konsumsi mahasiswi selaras dengan nilai-nilai yang diajarkan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara lebih mendalam tipologi perilaku mahasiswi serta keterkaitannya

dengan nilai-nilai konsumsi dalam perspektif Islam. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Tipologi Perilaku Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Membeli Pakaian *Thrift*ing.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa alasan mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Curup dalam membeli pakaian *thrift*ing?
2. Bagaimana makna pembelian pakaian *thrift*ing di kalangan mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Curup dalam konteks perilaku konsumsi mereka?
3. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Curup dalam membeli pakaian *thrift*ing ditinjau menurut prinsip konsumsi islam Al-Ghazali?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, pembahasan penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2022-2024 yang pernah membeli pakaian *thrift*ing. Penelitian ini menitikberatkan pada tipologi perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing dengan memahami alasan dan maknanya, yang dianalisis berdasarkan perspektif syariah, khususnya terkait prinsip konsumsi Islam.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka terdapat tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui alasan yang memengaruhi perilaku mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN Curup) dalam membuat keputusan pembelian pakaian *thrift*ing.
2. Untuk mengetahui makna dari pembelian pakaian *thrift*ing oleh mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN Curup).
3. Untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Curup dalam membeli pakaian *thrift*ing ditinjau menurut konsumsi islam pandangan Al-Ghazali.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan dan pemahaman tipologi perilaku konsumsi dalam perspektif syariah, khususnya terkait perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam memahami pola konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan akademik, khususnya dalam memahami tipologi perilaku konsumsi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing berdasarkan perspektif syariah.
- b. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dan pertimbangan dalam menentukan perilaku konsumsi pakaian *thrift*ing yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah,

- c. Bagi Institut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan referensi akademik bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam mengembangkan kajian dan edukasi terkait perilaku konsumsi mahasiswa yang selaras dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

F. Kajian Terdahulu

Berdasarkan hasil pengamatan dan pemahaman peneliti mengenai topik penelitian. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dan kemiripan topik dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Berikut ini akan disajikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian mengenai perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* dimana terdapat empat topik utama yang relevan dengan penelitian ini, yaitu perilaku konsumen terhadap pakaian *thrifting*, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian *thrifting*, gaya hidup dan media sosial dalam perilaku *thrifting*, serta makna dan motivasi konsumsi pakaian *thrift*. Setiap topik tersebut terdiri dari dua sub-topik penelitian yang saling melengkapi dalam menjelaskan fenomena *thrifting*, khususnya di kalangan generasi muda dan mahasiswi. Berikut adalah tabel kajian terdahulu pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Kajian Terdahulu

No.	Topik	Sub-Topik	Penulis dan Tahun Penelitian
1.	Perilaku Konsumen terhadap Pakaian <i>Thrifting</i>	Budaya konsumsi pakaian bekas di kalangan mahasiswa	Nugroho (2023)
		Perilaku pembelian produk <i>thrift</i> pada generasi muda	Rahman (2024)
2.	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian <i>thrifting</i>	Pengaruh harga dan <i>e-WOM</i> terhadap niat beli <i>thrift fashion</i>	Habsari (2026)
		Pengaruh <i>value for money</i> dan lingkungan terhadap keputusan pembelian <i>thrift</i>	Rahman et al. (2025)
3.	Pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku <i>thrifting</i>	<i>Thrifting</i> sebagai <i>fashion lifestyle</i> mahasiswa	Haryanti dan Falah (2023)
		Pengaruh <i>lifestyle</i> dan <i>brand awareness</i> terhadap perilaku pembelian <i>thrift</i>	Permata (2024)
4.	Makna dalam membeli pakaian <i>thrift</i>	Makna fenomenologis <i>thrifting</i> dalam masyarakat	Rahmalia (2024)
		Perilaku konsumtif <i>thrifting</i> dalam perspektif ekonomi Islam	Huda (2023)

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel kajian terdahulu yang telah disajikan, dapat diketahui bahwa terdapat empat topik utama yang relevan dengan penelitian ini. Pertama, topik mengenai perilaku konsumen terhadap pakaian *thrifting* dibahas dalam penelitian Nugroho dan Rahman. Nugroho menjelaskan bahwa *thrifting* telah berkembang menjadi budaya konsumsi baru di kalangan mahasiswa, di mana pakaian bekas tidak lagi dipandang sebagai barang *inferior*, melainkan sebagai

alternatif konsumsi yang rasional dan ekonomis.⁶ Sementara itu, Rahman menambahkan bahwa perilaku pembelian produk *thrift* pada generasi muda tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh *electronic word of mouth* (e-WOM) serta meningkatnya kesadaran terhadap isu lingkungan. Kedua penelitian ini memiliki keunggulan dalam menjelaskan perubahan pola konsumsi generasi muda secara empiris dan kontekstual. Namun demikian, keterbatasan dari penelitian tersebut adalah belum adanya pengelompokan perilaku konsumen ke dalam kategori atau tipologi tertentu, sehingga belum mampu menjelaskan variasi karakteristik perilaku antar individu secara mendalam.⁷

Kedua, topik mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian *thrifting* dikaji oleh Habsari dan Rahman. Habsari menemukan bahwa faktor harga dan *e-WOM* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen terhadap produk *thrift fashion*. Hal ini menunjukkan bahwa aspek rasional dan pengaruh sosial menjadi determinan utama dalam pengambilan keputusan pembelian.⁸ Selanjutnya, Rahman menambahkan bahwa selain harga, nilai manfaat (*value for money*) dan kesadaran lingkungan juga turut mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli pakaian *thrift*. Penelitian ini memiliki keunggulan dalam mengidentifikasi variabel-variabel utama yang mempengaruhi keputusan pembelian secara lebih terukur. Akan tetapi, penelitian tersebut masih bersifat

⁶ Latif Setyo Nugroho, "Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (2023): 20-27, <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i3.4624>.

⁷ Rahman Sham, "Influence of Thrifting Products Purchasing Behavior: Cases of Young Adults in Indonesia," *Environment-Behaviour Proceedings Journal* 9, no. 27 (2024): 369-76, <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v9i27.5713>.

⁸ Anisa' Nurhasanah, "Pengaruh E-WOM Dan Price Terhadap *Intention to Buy* Konsumen Thrifting Gen Z Solo Raya," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 4 (2026): 8297-8305, <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4980>.

parsial karena hanya berfokus pada hubungan antar variabel dan belum mengkaji secara mendalam makna serta karakteristik perilaku konsumen secara kualitatif.

Ketiga, topik mengenai gaya hidup dan media sosial dalam perilaku *thrifting* dibahas oleh Haryanti dan Falah serta Permata. Haryanti dan Falah menyatakan bahwa *thrifting* telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa yang tidak terlepas dari pengaruh tren *fashion* dan media sosial. Media sosial berperan sebagai sarana penyebaran tren serta membentuk preferensi konsumsi mahasiswa.⁹ Hal ini diperkuat oleh Permata yang menemukan bahwa *lifestyle* dan *brand awareness* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian produk *thrift*. Penelitian-penelitian ini memiliki keunggulan dalam menjelaskan dimensi sosial dan psikologis dalam perilaku konsumsi, khususnya terkait dengan gaya hidup dan eksistensi diri. Namun demikian, keterbatasannya adalah belum mengkaji aspek ekonomi dan lingkungan secara terpadu, serta belum menggali makna konsumsi secara mendalam.¹⁰

Keempat, topik mengenai makna dan motivasi konsumsi pakaian *thrift* yang dikaji oleh Rahmalia dan Huda. Rahmalia melalui pendekatan fenomenologi menemukan bahwa *thrifting* memiliki makna simbolik sebagai bentuk ekspresi identitas diri, gaya hidup, serta adaptasi terhadap tren sosial.¹¹ Sementara itu, Huda dalam perspektif ekonomi Islam mengungkapkan bahwa perilaku konsumsi

⁹ Indri Haryanti dan Asep Miftahul Falah, "Fenomena *Thrifting* Sebagai *Fashion Lifestyle*: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung," *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), (2023): 205–221, <https://doi.org/10.26742/atrat.v11i2.3188>.

¹⁰ Arsih Amalia Chandra Permata dan Sudarmiatin Sudarmiatin, "The Influence of Lifestyle, Consumptive Behavior and Brand Awareness on Used Clothing Purchase Decisions," *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)* 2, no. 3 (2024): 353-66, <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v2i3.96>.

¹¹ Ragil Nur Rahmalia, "*Thrifting* Di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thrifting* Di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti" (Skripsi, Jurusan Antropologi Dan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh), 2024.

*thrift*ing dalam beberapa kasus cenderung mengarah pada perilaku konsumtif yang tidak sejalan dengan prinsip moderasi (*wasathiyah*) dalam Islam.¹² Penelitian ini memiliki keunggulan dalam menggali makna dan nilai konsumsi secara mendalam serta mengaitkannya dengan nilai-nilai normatif. Namun, keterbatasannya adalah belum secara spesifik meneliti mahasiswi sebagai subjek utama serta belum mengklasifikasikan perilaku tersebut dalam bentuk tipologi yang sistematis.

Berdasarkan kajian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang pakaian *thrift*ing masih banyak membahas perilaku konsumsi secara terpisah, baik dari sisi ekonomi, gaya hidup, maupun lingkungan. Selain itu, sebagian besar penelitian belum menggabungkan alasan, dan makna konsumsi dalam satu analisis yang menyeluruh. Kajian ekonomi Islam juga masih terbatas pada pembahasan teori dan belum banyak dikaitkan dengan fenomena *thrift*ing di kalangan mahasiswi. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengkaji tipologi perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing secara lebih menyeluruh melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini tidak hanya melihat faktor yang memengaruhi perilaku, tetapi juga menggabungkan alasan, dan makna konsumsi dalam satu analisis serta mengaitkannya dengan perspektif Islam sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih mendalam khususnya pada mahasiswi di lingkungan IAIN Curup.

¹² Nurul Huda dan Parman Komarudin, "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin," 2023, 7-8, <https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimpa/article/view/155>.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Tipologi

Secara etimologis, istilah tipologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *typos* yang berarti bentuk, model, atau pola, dan *logos* yang berarti ilmu atau kajian. Dengan demikian, tipologi secara etimologis dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang pengelompokan berdasarkan bentuk atau tipe tertentu.¹³ Dalam konteks ilmiah, tipologi dipahami sebagai suatu metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengelompokkan objek penelitian, baik berupa individu, perilaku, maupun fenomena sosial, ke dalam kategori-kategori tertentu berdasarkan kesamaan karakteristik. Pengelompokan ini bertujuan untuk menyederhanakan realitas yang kompleks sehingga lebih mudah dipahami, dianalisis, dan diinterpretasikan secara sistematis.¹⁴

Menurut Koentjaraningrat, dalam kajian ilmu sosial, pengelompokan atau klasifikasi merupakan langkah penting dalam memahami variasi budaya dan perilaku manusia. Tipologi digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola umum yang terdapat dalam masyarakat, sehingga dapat membantu peneliti dalam menyusun generalisasi yang bersifat ilmiah.¹⁵

¹³ Ketut Artawa dan Jufrizal, "*Tipologi Linguistik: Konsep Dasar Dan Aplikasinya*" (Denpasar: Pustaka Larasan, 2018), 3.

¹⁴ M Bali, "Tipologi Interaksi Sosial Dalam Meningkatkan Karakter Disiplin Siswa. Edureligia: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Vol. 4)," *Jurnal Pendidikan Agama Islam* 04, no. 01 (2020): 47-62, <https://risbang.unuja.ac.id/media/arsip/berkas-penelitian/97.pdf>.

¹⁵ Koentjaraningrat, "*Pengantar Ilmu Antropologi*" (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 12.

Selain itu, dalam perspektif klasik, menurut Max Weber tipologi merupakan instrumen analitis yang berfungsi untuk menyederhanakan kompleksitas realitas sosial ke dalam konstruksi ideal sehingga memudahkan dalam memahami, membandingkan, menjelaskan dan mengelompokkan fenomena.¹⁶ Tipologi bahwasannya merupakan upaya untuk mengelompokkan dan mengklasifikasikan. Hal tersebut atas dasar aspek atau suatu kaidah tertentu.

Menurut George Sproles dan Elizabeth Kendall, tipologi merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengelompokkan perilaku konsumen berdasarkan pola atau karakteristik tertentu dalam pengambilan keputusan. Tipologi dalam hal ini mencerminkan gaya atau kecenderungan konsumen dalam memilih dan membeli produk, sehingga dapat digunakan untuk memahami perbedaan perilaku antar individu secara sistematis. Dengan demikian, tipologi tidak hanya berfungsi sebagai alat klasifikasi, tetapi juga sebagai kerangka analisis dalam mengidentifikasi pola perilaku konsumen.¹⁷

Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tipologi merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mengelompokkan objek, individu, maupun fenomena sosial ke dalam kategori-kategori tertentu berdasarkan kesamaan karakteristik yang dimiliki. Melalui tipologi, peneliti dapat mengidentifikasi pola, kecenderungan, serta hubungan antar fenomena, sehingga mempermudah proses analisis dan interpretasi data.

¹⁶ Max Weber, *"The Methodology of the Social Science"s* (New York: Free Press, 1949), 90.

¹⁷ George Sproles and Elizabeth Kendall, *"A Methodology for Profiling Consumers' Decision-Making Styles," Journal of Consumer Affairs, Vol. 20, No. 2 (1986), 267-279.*

Dalam konteks penelitian ini, tipologi digunakan untuk mengelompokkan perilaku mahasiswa dalam membeli pakaian *thrifting* berdasarkan pola-pola tertentu, seperti orientasi harga, kualitas, tren, maupun faktor psikologis lainnya. Dengan menggunakan pendekatan tipologi, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai variasi perilaku mahasiswa dalam aktivitas konsumsi, serta mengidentifikasi tipe-tipe perilaku yang dominan dalam pembelian pakaian *thrifting*.

2. Perilaku Pembelian

Perilaku pembelian merupakan kajian yang menjelaskan bagaimana individu atau kelompok dalam menentukan keputusan terhadap pembelian suatu produk atau jasa. Menurut Nugroho J. Setiadi, perilaku pembelian adalah tindakan yang secara langsung terlibat dalam memperoleh, mengonsumsi, serta menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.¹⁸ Pendapat ini menegaskan bahwa perilaku pembelian merupakan suatu proses yang kompleks yang melibatkan berbagai tahapan dan pertimbangan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Leon G. Schiffman dan Joseph L. Wisenblit mendefinisikan perilaku pembelian sebagai studi mengenai bagaimana individu membuat keputusan untuk membelanjakan sumber daya yang dimilikinya, seperti waktu, uang, dan usaha, terhadap barang atau jasa

¹⁸ Nugroho J Setiadi, "*Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*" (Jakarta: Kencana, 2003), 77.

yang akan dikonsumsi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil dari pertimbangan rasional maupun emosional.¹⁹

Mohammad Basuni Setiadi juga menjelaskan bahwa perilaku pembelian merupakan tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, serta menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.²⁰ Dalam Islam dianjurkan untuk melakukan pembelian dengan jalan yang baik. Hal tersebut dijelaskan pada Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa 4: 29).²¹

Hikmah dari ayat tersebut adalah ajakan untuk menyukai perniagaan, karena manusia memerlukannya. Peringatan agar memanfaatkan kecerdikan dan kepandaian didalam memilih barang-barang serta teliti melakukan transaksi, demi memelihara harta agar tidak sedikitpun dari padanya keluar dalam kebathilan/tanpa manfaat.

¹⁹ Leon G. Schiffman and Joseph L. "Wisenblit, *Consumer Behavior* " (Boston: Pearson Education, 2015), 15.

²⁰ Mohamad Basuni. “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada *E-Commerce Shoppe*,” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023): 10–18, <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.873>.

²¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, “*Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*” (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 112.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian merupakan suatu proses yang kompleks yang melibatkan serangkaian aktivitas individu atau kelompok dalam memperoleh, menggunakan, dan menghabiskan barang atau jasa, yang didahului oleh proses pengambilan keputusan.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian

Menurut Kotler pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis.²²

1) Faktor Budaya

Faktor budaya mencakup beberapa hal, yaitu budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Budaya, sub budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan tingkah laku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga serta lembaga lainnya. Masing-masing sub budaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya seperti kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, perilaku dalam berbusana, cara bicara, rekreasi dan lain-lainnya

²² Syifa Nurmaitsa. "Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Pada *E-Commerce* Shopee Selama Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Perilaku Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Tasikmalaya)," *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* | 2, no. 1 (2021): 2021, <https://ijabo.a3i.or.id>.

2) Faktor Sosial

Perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang dapat memberikan pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Adapun anggota kelompok ini biasanya merupakan anggota dari kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi dengan secara langsung dan terus menerus dalam keadaan yang informal. Tidak hanya kelompok primer, kelompok sekunder yang biasanya terdiri dari kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan juga dapat disebut sebagai kelompok keanggotaan.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup keluarga, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.²³ Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan keadaan ekonomi seseorang seperti

²³Syifa Nurmaitsa. "Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Pada *E-Commerce Shopee* Selama Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Perilaku Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Tasikmalaya)," *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* | 2, no. 1 (2021): 2021, <https://ijabo.a3i.or.id>.

besaran penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.

4) Faktor Psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya sebagai berikut motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa dari kebutuhan tersebut ada yang muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, dan rasa ketidaknyamanan. Sedangkan beberapa kebutuhan yang lainnya dapat bersifat psikogenesis; yaitu kebutuhan yang berasal dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok.

b. Indikator dalam Perilaku Pembelian

Proses pembelian dapat terjadi saat konsumen mengenali sebuah masalah atau kebutuhan, dapat berupa kebutuhan internal maupun kebutuhan eksternal. Menurut Kotler dan Keller, perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa indikator yang meliputi:²⁴

1) Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian berawal dari mengetahui kebutuhan yang menuntut untuk dipenuhi. Pada tahap ini harus memahami apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat memberikan

²⁴ Hermawan, "Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk," *Jsmb* 6, no. 2 (2019): 57, <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>.

informasi tentang produk dengan sebaik mungkin agar mendapatkan dampak positif.

2) Pencarian Informasi

Setelah mengetahui kebutuhan tersebut, maka konsumen akan mengumpulkan berbagai informasi mengenai produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Penjual berperan menjadi salah satu sumber yang menyediakan informasi tentang produk. Dengan demikian penjual harus efektif dan efisien dalam menyediakan informasi tersebut. Hal ini perlu dilakukan penjual karena pada dasarnya terdapat beberapa sumber informasi lainnya, yaitu sumber pribadi konsumen sendiri termasuk pengalaman pribadi konsumen dalam mengkonsumsi produk. Informasi yang diperoleh konsumen dari pihak yang dekat dengannya seperti keluarga, teman, tetangga, atau rekan kerja. Sumber informasi lainnya dapat diperoleh melalui media masa yang juga akan digunakan oleh para pesaing.

3) Evaluasi Alternatif

Setelah informasi tentang produk yang dibutuhkan berhasil dikumpulkan oleh konsumen, maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasi dengan mempertimbangkan beberapa alternatif produk berupa kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Peranan yang dimiliki produk akan turut menentukan pengambilan keputusan pembelian konsumen.

4) Keputusan Pembelian

Hasil evaluasi berbagai informasi di atas berupa keputusan tentang produk mana yang akan dibeli, dimana tempat membelinya, kapan membelinya, dan berapa banyak produk tersebut akan dibeli, serta bagaimana produk tersebut dapat dibeli.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah seseorang mengonsumsi suatu produk, pembeli terbagi menjadi dua bagian, yaitu pembeli yang puas dan pembeli tidak puas.

3. Konsumsi dalam Islam

Konsumsi adalah cabang dari ekonomi mikro yang mempelajari tentang bagaimana individu atau rumah tangga mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka. Menurut Sadono Sukirno, teori konsumsi dalam ekonomi konvensional berfokus pada prinsip rasionalitas, dimana konsumen dianggap membuat keputusan konsumsi berdasarkan pemikiran yang rasional untuk memaksimalkan kepuasan atau utilitas yang mereka peroleh dari barang atau jasa yang dikonsumsi.²⁵

Konsumsi dalam ekonomi Islam didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan mengikuti ketentuan syariah dalam rangka mencapai masalah (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Mannan mendefinisikan konsumsi dalam Islam sebagai permintaan

²⁵ Sadono Sukirno, "*Mikroekonomi: Teori Pengantar* " (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 37.

terhadap barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan mentaati perintah Allah SWT. Hakikat konsumsi dalam Islam tidak hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan jasmani, tetapi juga kebutuhan rohani. Konsumsi bukan merupakan tujuan akhir kehidupan, melainkan sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi yaitu mencapai falah (kesejahteraan dunia dan akhirat). Allah SWT berfirman dalam Surah Al-A'raf ayat 31: ²⁶

يٰٓبَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: *“Wahai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap memasuki masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”* (Q.S. Al-A'raf 7: 31).²⁷

Islam berpandangan bahwa hal terpenting yang harus dicapai dalam aktifitas konsumsi adalah masalah. Masalah adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Masalah memiliki dua kandungan, yaitu manfaat dan berkah. Masalah hanya bisa didapatkan oleh konsumen saat mengkonsumsi barang yang halal saja.²⁸

Teori konsumsi ini lahir karena adanya teori permintaan akan barang dan jasa. Sedangkan permintaan akan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*) oleh konsumen riil maupun konsumen

²⁶Sumar'in, "Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Dan Perspektif Islam" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 93.

²⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, "Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019" (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 209.

²⁸ Charisma Jalil Indranata, "Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi Dalam Islam," *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 22, no. 01 (2022): 59-81, <https://doi.org/10.32939/islamika.v22i01.1094>.

potensial. Dalam ekonomi konvensional motor penggerak kegiatan konsumsi adalah adanya keinginan.²⁹

Islam memandang keinginan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan dorongan nafsu. Sementara itu, nafsu manusia memiliki dua kecenderungan yang saling bertentangan, yaitu kecenderungan menuju kebaikan dan kecenderungan menuju keburukan. Oleh karena itu, teori permintaan dalam ekonomi Islam didasarkan pada pemenuhan kebutuhan, bukan pada keinginan. Penegasan dan pembatasan antara kebutuhan dan keinginan menjadi penting agar aktivitas konsumsi tetap terarah, terkendali, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.³⁰

Berdasarkan uraian tersebut, konsumsi dalam Islam merupakan aktivitas pemenuhan kebutuhan yang tidak hanya berorientasi pada kepuasan (utilitas) sebagaimana dalam ekonomi konvensional, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai syariah untuk mencapai *maslahah* dan *falah*. Aktivitas konsumsi didasarkan pada kebutuhan yang bersifat terbatas dan terukur, bukan pada keinginan yang tidak terbatas serta dipengaruhi oleh hawa nafsu. Dengan demikian, konsumsi dalam Islam tidak sekadar dipandang sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga sebagai sarana ibadah yang memberikan manfaat dan keberkahan bagi kehidupan dunia maupun akhirat.

²⁹ Mohammad Habibi, "Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 2, no. 1 (2022): 88-104, <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1277>.

³⁰ Dita Afrina, "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam," *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2019): 23, <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.1.1088>.

a. Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam

Konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan materi individu, tetapi untuk mencapai masalah, yaitu kemanfaatan yang sesuai syariah melalui konsumsi barang dan jasa yang halal, baik, dan tidak membahayakan. Masalah tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi juga memberi dampak positif bagi masyarakat. Menurut Mannan terdapat beberapa prinsip dalam konsumsi islam yaitu :³¹

1) Prinsip Tauhid (Keesaan Allah)

Prinsip tauhid menegaskan bahwa segala aktivitas konsumsi merupakan bentuk ibadah dan pengabdian kepada Allah SWT. Konsekuensinya, konsumen muslim harus menyadari bahwa setiap tindakan konsumsi akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Penerapan prinsip tauhid dalam konsumsi mewajibkan konsumen muslim untuk:

- a) Mengonsumsi barang dan jasa yang halal
- b) Meniatkan konsumsi sebagai sarana untuk beribadah
- c) Mensyukuri nikmat Allah dalam setiap konsumsi
- d) Mengutamakan konsumsi yang membawa masalah

2) Prinsip Khilafah (Tanggung Jawab Sebagai Khalifah)

Manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi memiliki tanggung jawab untuk menggunakan sumber daya yang diamanahkan dengan baik. Dalam konteks konsumsi, prinsip ini menuntut konsumen muslim untuk:

³¹ Nonie Afriany, "*Ekonomi Mikro Islam* " (Depok: Rajawali Press, 2021), 48.

- a) Bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sumber daya alam
 - b) Mempertimbangkan dampak sosial dari kegiatan konsumsi
 - c) Menghindari pemborosan dan kerusakan lingkungan
 - d) Mengutamakan konsumsi yang berkelanjutan
- 3) Prinsip Keadilan ('Adalah)

Keadilan merupakan nilai fundamental dalam ekonomi Islam. Dalam konteks konsumsi, prinsip keadilan mengharuskan konsumen muslim untuk:

- a) Memperhatikan hak-hak orang lain dalam konsumsi
 - b) Menghindari konsumsi yang menimbulkan kezaliman
 - c) Tidak mengonsumsi barang dan jasa hasil kecurangan atau penipuan
 - d) Memperhatikan distribusi pendapatan yang adil
- 4) Prinsip Maslahah (Kesejahteraan)

Maslahah merupakan tujuan utama dalam aktivitas ekonomi Islam. Dalam konsumsi, prinsip maslahah menekankan bahwa:

- a) Konsumsi harus diarahkan untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat
- b) Mengutamakan konsumsi yang membawa manfaat bagi diri dan masyarakat
- c) Menghindari konsumsi yang membawa mudharat (kerugian)
- d) Mengutamakan aspek kebutuhan daripada keinginan

b. Indikator dalam Perilaku Konsumsi

Menurut Asman dan Rosmayani menjelaskan bahwa dalam perilaku konsumsi terdapat indikator:³²

1) Pendapatan

Pendapatan adalah keadaan ekonomi yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

2) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

3) Pola Konsumsi

Pola konsumsi adalah susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu, yang dipenuhi dari pendapatannya.

c. Perbedaan Konsumsi Menurut Teori Ekonomi Islam dengan Teori Ekonomi Konvensional

Perbedaan mendasar antara konsumsi dalam ekonomi Islam dan konvensional terletak pada aspek filosofis. Ekonomi konvensional

³² Desi Fitriana dan Hanik Fitriani, “Pengaruh Pendapatan Tenaga Kerja Indonesia Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Ponorogo Menurut Perspektif Ekonomi Islam.,” *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 5, no. 2 (2025): 371-84, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v5i2.4914>.

memandang konsumsi sebagai upaya memaksimalkan utilitas (kepuasan) material, sedangkan ekonomi Islam memandang konsumsi sebagai sarana untuk mencapai falah (kesejahteraan dunia dan akhirat).³³

Tabel 2.1
Perbedaan Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam

Aspek	Ekonomi Konvensional	Ekonomi Islam
Tujuan Konsumsi	Memaksimalkan utilitas (kepuasan)	Mencapai masalah dan falah
Sumber Nilai	Materialisme dan rasionalitas	Al-Qur'an dan Sunnah
Dimensi Waktu	Jangka pendek (duniawi)	Jangka panjang (dunia dan akhirat)
Batasan	Anggaran dan harga	Syariah (halal-haram) dan etika
Rasionalitas	<i>Self-interest</i> (kepentingan diri)	<i>Islamic man</i> (keseimbangan individu dan sosial)

4. Konsumsi Menurut Al-Ghazali

Konsep konsumsi menurut Al-Ghazali menjelaskan bahwasannya konsumsi harus selalu berorientasi kepada Allah SWT, tidak hanya berorientasi pada kepuasan saja. Karena konsumsi yang berlandaskan atas dasar nafsu saja akan terus mendorong manusia untuk berusaha memenuhi keinginan yang tanpa batas.³⁴ Sedangkan, mengonsumsi barang/jasa harus

³³ Azhari Akmal Tarigan, "Dasar-Dasar Ekonomi Islam " (Jakarta: Cipta Pustaka Media, 2006), 59.

³⁴ Dede Nurohman, "Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam " (Yogyakarta: Teras, 2001), 36.

sesuai dengan kebutuhan. Pola konsumsi terdiri dari tiga, yaitu *dharuriyyat*, *hajiyyat*, *tahsiniyyat*.

Dharuriyyat disebut juga sebagai kebutuhan pokok/dasar, dimana mengandung 5 elemen kehidupan. Yaitu jiwa, keyakinan, intelektual, harta dan keturunan atau biasa disebut maqasid syariah. *Hajiyyat* adalah kebutuhan yang dipenuhi untuk menghilangkan kesulitan manusia yang sifatnya subjektif. Kebutuhan ini dapat dipengaruhi oleh lingkungan dan juga keadaan ekonomi. *Tahsiniyyat* adalah kebutuhan mewah yang dipenuhi untuk mendapatkan kenyamanan dan kenikmatan, pemenuhan kebutuhan ini dibutuhkan untuk melindungi diri dari hinaan orang lain. Pemenuhannya tidak diperbolehkan untuk melebihi kebutuhan daruriyat dan hajiyyat. Pemenuhan tahsiniyat yang tidak sesuai kadarnya akan membuat manusia larut dalam kenikmatan dunia lalu lalai kepada Allah SWT. Pemenuhan ketiga kebutuhan diatas tidak boleh dalam kadar berlebihan, karena akan mengarah ke arah israf dan tabzir.

Menurut Al-Ghazali, aktivitas konsumsi diartikan sebagai kegiatan yang berlandaskan niat ibadah sebagai sarana mendekatkan diri kepada Allah SWT, sehingga seseorang tidak terjebak pada kecintaan berlebihan terhadap harta yang dapat melalaikan. Dalam praktiknya, konsumsi perlu dibatasi pada pemenuhan kebutuhan, bukan mengikuti keinginan yang sifatnya tidak terbatas dan cenderung mendorong manusia pada orientasi duniawi.³⁵ Lebih lanjut, perilaku konsumsi yang bernilai ibadah tercermin dari pemenuhan kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, dan tempat tinggal secara wajar

³⁵ Catharina Vista Okta Frida, "*Pengantar Ekonomi Islam*" (Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca, 2020), 112.

dan tidak berlebihan. Dengan demikian, setiap aktivitas konsumsi diharapkan memberikan manfaat ganda, yaitu kebaikan bagi kehidupan dunia sekaligus bernilai untuk kehidupan akhirat.

a. Prinsip-Prinsip Konsumsi Menurut Al-Ghazali

Menurut Al-Ghazali prinsip-prinsip konsumsi dalam islam dapat diuraikan sebagai berikut: ³⁶

1) Konsumsi harus didasarkan pada kebutuhan bukan keinginan

Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan hartanya untuk kepentingan diri, keluarga, dan fiisabillilah. Islam mengharamkan sikap kikir, boros, dan juga menghamburkan harta. Manusia diberikan kebebasan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya. Kebebasan dalam melakukan aktivitas harus tetap memiliki batasan agar tidak menzalimi pihak lain. Seperti yang disyaratkan dalam Q.S. Al-Isra ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal.” (Q.S. Al-Isra' 17: 29)³⁷

³⁶ Adam Ramdani, “Pengaruh Teori Konsumsi Menurut Pandangan Imam Al-Ghazali Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Stebis IGM Palembang,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)* Volume 5, no. X (2025): 195-200, <https://doi.org/10.36908/jimesha.v5i2.745>.

³⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, “*Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*” (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 397.

- 2) Membelanjakan harta pada bentuk yang halal dan dengan cara yang baik

Islam memberi kebebasan pada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dalam Islam barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, dan keindahan yang akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat, baik secara materiil maupun spiritual. Sebaliknya, Islam melarang benda-benda yang buruk, tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan, dan dapat menimbulkan kemudharatan. Seperti yang disyaratkan dalam Q.S. Al-Maidah ayat 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya: “Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman” (Q.S. Al-Ma'idah 5: 88)³⁸

- 3) Larangan bersikap israf (bermewah-mewahan), dan tabzir (sia-sia)

Gaya hidup mewah adalah merusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu, melalaikannya dengan hal-hal yang mulia dan akhlak yang uhur. Bagi Afzalur Rahman, kemewahan (*israf*) merupakan berlebih-lebihan dalam kepuasan pribadi atau membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu. Seperti yang disyaratkan dalam Q.S. Al-A'raaf ayat 31:

³⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, “*Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*” (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 164.

يَبْنَى آءَمَ ٱُءْءُوا زَئِنْتَكُم عِنءَ ٱَلِّ مَسْءِءٍ وَّٱَلُّوا وَّٱَشْرَبُوا وَّٱَلَّا تُسْرِفُوا إِنَّهُ ٱَلَّا يُٱَبُّ
ٱَلْمُسْرِفَئِنَّ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (Q.S. Al-A'raf 7: 31).³⁹

4) Sikap sederhana dalam membelanjakan harta

Membelanjakan harta pada kuantitas dan kualitas secukupnya adalah sikap terpuji. Kesederhanaan merupakan salah satu etikan konsumsi yang penting. Sikap sederhana yang dilakukan merupakan salah satu cara untuk menjaga kemaslahatan masyarakat luas. Hal-hal yang perlu dilakukan untuk menjaga keseimbangan dalam konsumsi adalah sebagai berikut:

- a) Mementingkan kehendak sosial dibandingkan dengan keinginan yang bersifat pribadi.
- b) Memperhatikan jumlah uang yang dimiliki, jangan sampai lebih besar pengeluaran daripada pendapatan.
- c) Bekerja sama dengan masyarakat dan pemerintah untuk mewujudkan semangat Islam dalam hal konsumsi barang
- d) Tidak mengkonsumsi barang atau jasa yang penggunaannya dilarang agama Islam

³⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019” (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 209.

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas, karena termasuk dalam tindakan menghambur-hamburkan harta tanpa faedah dan hanya menuruti nafsu semata.

5. Pakaian *Thrift*ing

Pakaian merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Pada dasarnya, itu dapat melindungi orang dan meningkatkan kecantikan, keberanian, dan ketampanan kepribadian mereka. Sementara *thrift*ing dapat dikatakan sebagai kegiatan berbelanja guna meminimalisir pemborosan dan bisa dikatakan sebagai penghematan keuangan. *Thrift* juga diartikan suatu barang bekas atau barang *second* atau yang biasa disebut dengan barang *preloved* yang kondisinya sudah tidak 100% mulus seperti barang baru dan juga kebanyakan barang-barang *thrift* di *import* dari luar negeri. Dapat disimpulkan bahwa “*thrift*ing” merupakan sebuah kegiatan berbelanja untuk mendapatkan barang bekas yang masih layak pakai dengan harga yang cenderung lebih murah.⁴⁰

Istilah *thrift*ing adalah kata yang sering digunakan pada saat ini ketika seseorang ingin berbelanja barang bekas. Salah satu barang bekas yang sedang digemari oleh masyarakat khususnya anak muda di Indonesia saat ini adalah pakaian bekas. Pakaian *thrift*ing atau pakaian bekas memiliki berbagai sebutan yang berkembang di masyarakat yang mencerminkan pola distribusi serta praktik jual belinya. Istilah-istilah tersebut umumnya merujuk pada asal barang maupun cara penjualannya, seperti baju batik yang mengacu pada

⁴⁰ Ayu Ningsih, “Analisis Perilaku Pelanggan Dalam Pembelian Pakaian Bekas (*Thrift*ing) Di Pasar Senen Jakarta,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis* 3, no. 3 (2025): 102-11, <https://doi.org/10.60023/56g5ma64>.

pakaian bekas impor yang didistribusikan melalui jalur tertentu, serta cakar atau cap karung yang menggambarkan sistem penjualan pakaian dalam bentuk karung (bal) sehingga pembeli harus mencari dan memilih sendiri barang yang diinginkan. Selain itu, terdapat pula istilah lain seperti monza atau awul-awul yang digunakan untuk menyebut pakaian bekas impor dengan karakteristik tertentu. Keberagaman istilah ini menunjukkan bahwa praktik *thrifting* tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem distribusi barang, kebiasaan transaksi, serta budaya konsumsi yang berkembang di masyarakat.⁴¹

Thrifting yaitu kegiatan membeli barang bekas, namun bukan hanya sekadar membeli barang bekas, tetapi bagaimana esensi kepuasan seseorang saat berburu barang bekas dan mereka menemukan barang yang keren dan langka dengan harga yang lebih murah. Aktivitas dalam membeli pakaian *thrifting* ini memberikan beberapa keuntungan diantaranya yaitu :⁴²

- 1) Mengurangi konsumsi fashion dalam lingkup tertentu. Dengan membeli barang bekas atau *thrift* maka limbah mode secara berkala dapat dikurangi.
- 2) Lebih murah. Harga yang ditawarkan pada produk *thrift* lebih murah dibandingkan dengan produk barunya.
- 3) Pengalaman berburu barang yang menarik. Hal ini tidak kalah menarik dari barang-barang bernilai adalah pengalaman pencarian yang didapatkan oleh pegiat industri ini.

⁴¹ Misdalita Sudirman, Sasterio, dan Sulfitri Husain, "Pengawasan Aktivitas Penjualan Pakaian Bekas Impor Cakar Di Kota Palu," *Reinventing: Jurnal Ilmu Pemerintahan* 6, no. 1 (2024): 200-211, <https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/reinventing/id/article/view/1362>.

⁴² Gevana Ardrarani, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas *Thrifting*," *Independent: Journal of Economics* 3.1 (2023): 42-52. Volume 3, no. 2018 (2023): 42-52.

- 4) Mendapatkan produk unik dan langka. Karena merupakan barang-barang bekas yang telah berusia cukup lama, tak jarang ditemukan barang yang unik dan langka yang membuat nilai barang tersebut semakin tinggi.

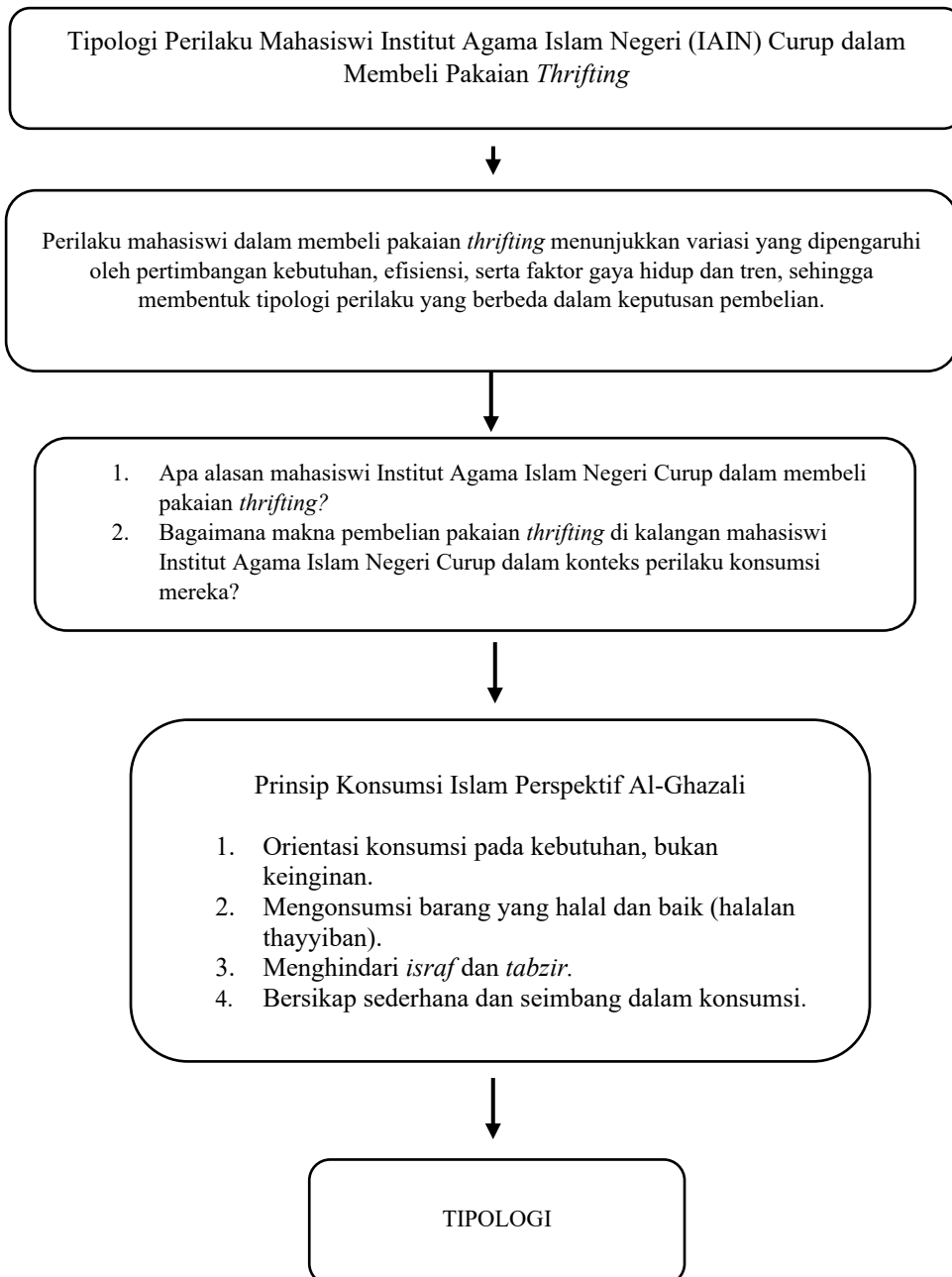
Walaupun *thrift* bukan barang baru, tapi *thrift* memiliki beberapa manfaat selain untuk menyelamatkan lingkungan yaitu, memiliki harga murah dan kualitas yang tidak kalah bagus dengan barang brand *like new*. Bagi sebagian orang yang menyukai fashion, pakaian *thrifting* merupakan salah satu alternatif yang bisa dicoba untuk bereksperimen dengan gaya dan warna, karena barang-barang tersebut biasanya unik dan langka, ini juga bisa meminimalisir kesamaan barang dengan orang lain.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pakaian *thrifting* adalah pakaian bekas yang masih layak pakai sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan berpakaian secara lebih efisien dan ekonomis. Praktik ini tidak hanya berfungsi sebagai upaya penghematan, tetapi juga mencerminkan perkembangan pola konsumsi masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor sejarah, ekonomi, dan budaya.

B. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dalam penelitian ini disusun berdasarkan tipologi perilaku, serta konsep konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam. Perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* dipengaruhi oleh berbagai faktor yang kemudian dapat diklasifikasikan ke dalam perilaku yang berbeda. Selain itu, dalam konteks ekonomi Islam, perilaku konsumsi juga harus memperhatikan prinsip kesederhanaan, tidak berlebih-lebihan, serta berorientasi pada kemaslahatan.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tipologi perilaku mahasiswi IAIN Curup dalam membeli pakaian *thrifting*. Untuk itu, peneliti menggali alasan, dan makna dalam pembelian pakaian *thrifting*. Temuan tersebut kemudian dianalisis menggunakan perspektif konsumsi Islam menurut Al-Ghazali yang meliputi konsumsi berdasarkan kebutuhan, mengonsumsi barang yang halal dan baik, menghindari perilaku berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabzir*), serta menerapkan sikap sederhana dalam konsumsi. Hasil analisis selanjutnya digunakan untuk mengelompokkan perilaku mahasiswa ke dalam tipologi perilaku. Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menunjukkan alur penelitian dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan tipologi perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* berdasarkan perspektif konsumsi Islam menurut Al-Ghazali.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui penggalian makna, persepsi, pengalaman, dan pandangan subjek penelitian.⁴³ Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan mendalam sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.⁴⁴

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Pendekatan analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara sistematis sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti. Melalui pendekatan ini, peneliti tidak hanya memaparkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan, tetapi juga menginterpretasikan makna yang terkandung di balik data tersebut.

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara mendalam perilaku mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam membeli pakaian *thrifting*. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai alasan yang melatarbelakangi keputusan pembelian, memaknai perilaku konsumsi mahasiswa terhadap pakaian *thrifting*, serta

⁴³ Muhammad Ilyas Ismail dan Nurfikriyah Irhashih Ilyas, "*Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*" (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2023). 78.

⁴⁴ Lexy J Moleong, "*Metode Penelitian Kualitatif*" (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), 6.

mengelompokkan karakteristik perilaku tersebut ke dalam tipologi yang sesuai berdasarkan data empiris yang diperoleh dari lapangan..

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berlokasi di Jalan Dr. AK. Gani, Kecamatan Curup Utara, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu.

C. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup 2022-2024 yang berjumlah 15 orang. Pemilihan informan tersebut dalam penelitian ini didasarkan pada prinsip penelitian kualitatif yang lebih menekankan pada kedalaman data dari pada jumlah informan. Dalam penelitian kualitatif, jumlah informan tidak ditentukan secara baku, melainkan bergantung pada tercapainya kedalaman informasi dan saturasi data, yaitu ketika tidak ada lagi informasi baru.

Adapun teknik pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.⁴⁵ Kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswi aktif Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2022-2024.
2. Pernah melakukan pembelian pakaian *thrifting*.
3. Memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan pakaian *thrifting*.

⁴⁵ Burhan Bungin, "Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya " (Jakarta: Kencana, 2017), 107.

D. Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, yang keduanya digunakan secara terpadu untuk mendukung kedalaman serta ketepatan analisis dalam penelitian. Adapun kedua jenis data tersebut yaitu:

1. Data Primer

Menurut Husein Umar, data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber utama, seperti yang didapatkan dari individu atau disebut informan dengan menggunakan cara wawancara ataupun menggunakan kuesioner yang umum digunakan oleh para peneliti.⁴⁶ Dalam penelitian ini data primer yang didapatkan oleh peneliti yakni hasil wawancara mendalam dengan para mahasiswi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung dan berfungsi sebagai pelengkap atau penguat terhadap data primer.⁴⁷ Informasi yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh pengumpul data, biasanya melalui orang lain atau dokumen tertentu. Publikasi seperti buku, jurnal, dan artikel berfungsi sebagai sumber sekunder dalam penelitian ini.

⁴⁶ Muhammad Yani Balaka, "Metodologi Penelitian Kualitatif" (Jakarta: Widina Bhakti Persada, 2022), 30.

⁴⁷ Spradley dan Miles Huberman, "Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif," *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 77-84, <https://pub.nuris.ac.id/journal/jomaa/article/view/93>.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah penting dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Tanpa teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti tidak dapat memperoleh data sesuai standar yang ditetapkan.⁴⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui kegiatan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Menurut Burhan Bungin, observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi nonpartisipan, yaitu observasi yang dilakukan tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas yang dilakukan oleh subjek penelitian. Peneliti hanya berperan sebagai pengamat untuk memperoleh informasi mengenai perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting*. Data yang diperoleh melalui observasi digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil wawancara dan dokumentasi sehingga menghasilkan informasi yang lebih komprehensif.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan informan untuk

⁴⁸ Albi Anggito dan Johan Setiawan, "Metodologi Penelitian Kualitatif" (Jawa Barat: CV. Alfabeta, 2018), 35.

memperoleh informasi yang mendalam.⁴⁹ Dalam penelitian ini digunakan metode wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung, terbuka, dan fleksibel, sehingga memungkinkan peneliti menggali informasi secara komprehensif sesuai dengan fokus penelitian. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang lebih kaya mengenai pengalaman, pemahaman, serta alasan yang melatarbelakangi perilaku informan dalam membeli pakaian *thrifting*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui dokumen, foto, arsip, dan catatan yang berkaitan dengan objek penelitian guna mendukung dan melengkapi data penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Bagian penting dari setiap studi kualitatif adalah analisis data. Data yang ditemukan diawal perlu di analisis dengan mengelola data tersebut sehingga dapat menghasilkan hal baru yang berupa informasi. Menganalisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi Nvivo yang berupa perangkat lunak untuk pengembangan. Analisis data menggunakan Nvivo yaitu:⁵⁰

1. Impor Data

Mengimpor data adalah proses memasukkan data sumber ke dalam folder-folder proyek yang belum terisi. Kegiatan impor data ini merupakan langkah awal dalam analisis data menggunakan Nvivo.

⁴⁹ Asfi Manzilati, "*Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Metode, Dan Aplikasi*" (Jawa Timur: Universitas Brawijaya Press, 2017), 24.

⁵⁰ Imam Gunawan, "*Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*" (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 66.

2. Koding Data

Kegiatan koding meliputi beberapa langkah, yaitu pertama, membaca, mendiskusikan, dan merefleksikan data berupa teks dan non-teks. Kedua, memotong teks dan menyusun kembali potongan-potongan tersebut menjadi satu narasi utuh. Ketiga, memilih dan memilah kembali data teks dan non-teks. Keempat, memasukkan dan menyimpan teks-teks yang telah dipilih ke dalam wadah khusus yang disebut kode. Kelima, memberi label pada kode tersebut.

3. Visualisasi Proyek

Melakukan analisis terhadap informasi yang ada dengan cara memvisualisasikan data yang telah kita dapat terhadap penelitian pada informan. Hasil dapat divisualisasikan menggunakan berbagai metode seperti *Hierarchy Chart*, *Chart*, dan Diagram Perbandingan.

4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diperoleh melalui proses analisis, di mana peneliti menyajikan data secara terstruktur, ringkas, dan jelas untuk merumuskan hasil akhir.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objektif Wilayah

1. Sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Kelahiran IAIN Curup memiliki latar belakang sejarah yang cukup panjang. Pada awalnya ia hanyalah sebuah Fakultas Ushuluddin yang berstatus sebagai fakultas jauh dari IAIN Raden Fatah Palembang. Dengan kata lain, cikal bakal IAIN Curup ketika itu adalah Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang yang berada di Curup.⁵¹ Gagasan pendirian Fakultas Ushuluddin ini diawali dengan pembentukan Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Cabang Curup pada tanggal 21 Oktober 1962. Susunan kepanitiaan tersebut terdiri atas pelindung, penasihat, ketua I, ketua II, sekretaris I, sekretaris II, bendahara, pembantu, dan seksi-seksi. Pendirian fakultas ini antara lain memperoleh dukungan dari tokoh-tokoh seperti Prof. Dr. MR. Hazairin. H.M. Husein. dan Prof. Dr. Ibrahim Husein, selaku gubernur Sumatera Selatan pada masa itu.

Pasca dibentuknya Panitia Persiapan Pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Cabang Curup, maka segera disusul dengan didirikannya Yayasan Taqwa Palembang Cabang Curup. Gagasan pendirian Fakultas Ushuluddin ini memperoleh sambutan hangat dan semangat dari seluruh lapisan masyarakat Curup. Pada tahun 1963, Yayasan Taqwa Palembang

⁵¹ Idi Warsah, "*Pedoman Akademik IAIN Curup 2022*" (Curup, 2022), 1.

Cabang Curup mendirikan Fakultas Syari'ah yang berstatus swasta. Fakultas ini dipimpin oleh Drs. A. Zaidan Djauhari sebagai dekan dan Drs.Djam'an Nur sebagai wakil dekan. Hampir bersamaan dengan perubahan status IAIN Raden Fatah Palembang dari cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta menjadi IAIN yang berdiri sendiri, Fakultas Syari'ah IAIN Raden Fatah Curup juga diganti menjadi Fakultas Ushuluddin.⁵² Pada tahun 1964, Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No.86 Tahun 1964, Fakultas Ushuluddin yang semula berstatus swasta berubah menjadi negeri. Unsur pimpinan saat itu adalah K.H. Amin Addary sebagai dekan, Drs. Djam'an Nur sebagai wakil dekan I dan III, M.Yusuf Rachim, S.H. sebagai wakil dekan II dan IV. SK perubahan status dari swasta menjadi negeri disusul dengan penerbitan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 87 Tahun 1964 yang menyatakan bahwa Fakultas Ushuluddin Raden Fatah Curup merupakan bagian tidak terpisahkan dari IAIN (Al-Jami'ah Al-Islamiyyah Al-Hukumiyyah) Raden Fatah yang berkedudukan di Palembang.

Eksistensi Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup memberikan makna berarti bagi perkembangan peradaban Islam di kabupaten Rejang Lebong, terutama bagi pembangunan bidang pendidikan bernuansa Islam. Pada tahun 1963 hingga 1964, perkuliahan dilaksanakan di gedung sekolah Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Curup yang berlokasi di Talang Rimbo. Pada tahun 1965 hingga 1968, perkuliahan diselenggarakan di gedung yang saat ini menjadi lokasi Rumah Sakit Umum

⁵² Idi Warsah, "*Pedoman Akademik IAIN Curup 2022*" (Curup, 2022), 5.

Daerah Curup yang berada di Dwi Tunggal. Pada tahun 1969 hingga tahun 1981, perkuliahan menempati gedung Yayasan Rejang Setia yang merupakan bekas bangunan HollandschInlandsche School di Jalan Setia Negara. Sejak tahun 1982, Fakultas Ushuluddin menempati bangunan sendiri yang merupakan bantuan pemerintah yang berada di Jl. Dr. AK Gani yang menjadi kampus STAIN Curup hingga saat ini.⁵³

Seiring dengan perkembangan zaman, maka banyak perubahan kebijakan atau lahirnya kebijakan-kebijakan baru di pusat pemerintahan yang berimbas ke daerah-daerah. Salah satu perubahan tersebut adalah dalam dunia pendidikan, khususnya lembaga-lembaga pendidikan tinggi agama yang diselenggarakan oleh Departemen Agama. Dengan lahirnya peraturan baru IAIN cabang yang diharuskan menjadi sekolah tinggi dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Curup sebagai cabang dari IAIN Raden Fatah Palembang berubah status dari IAIN menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup.

STAIN Curup kemudian beralih bentuk menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup pada tahun 2018 dengan dikeluarkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Curup. Menteri Agama Republik Indonesia mengangkat Rektor IAIN Curup pada Tanggal 18 April 2018 dengan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor B.II/3/15447 tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup periode

⁵³ Idi Warsah, "*Pedoman Akademik IAIN Curup 2022*" (Curup, 2022), 6.

2018-2022. Pada Hari Kamis, 28 Juni 2018, Menteri Agama Republik Indonesia, Bapak Dr. H. Lukman Hakim Saifuddin meresmikan IAIN Curup.

2. Fakultas dan Program Studi

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup memiliki beberapa fakultas dan program studi yang menjadi wadah bagi mahasiswa dalam menempuh pendidikan sesuai bidang keilmuan masing-masing. Fakultas dan program studi tersebut terdiri dari berbagai disiplin ilmu keislaman, pendidikan, ekonomi, dan sosial yang mendukung proses akademik di lingkungan kampus. Keberadaan fakultas dan program studi di IAIN Curup menunjukkan adanya keberagaman latar belakang mahasiswa yang menjadi bagian penting dalam penelitian ini. Berikut adalah fakultas dan program studi yang ada di Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup:⁵⁴

a) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah memiliki fungsi dalam menyelenggarakan pendidikan akademik dan profesional yang bertujuan menghasilkan sarjana yang memiliki kompetensi dalam bidang dakwah, komunikasi Islam, bimbingan penyuluhan, kajian Al-Qur'an, serta pengelolaan informasi Islam. Adapun lulusan program Strata Satu (S1) memperoleh gelar sarjana sesuai dengan program studi yang ditempuh. Berikut adalah program studi yang termasuk dalam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah:

⁵⁴ Institut Agama Islam Negeri Curup, "*Profil IAIN Curup*," Website Resmi IAIN Curup, diakses 24 Juni 2026, <https://iaincurup.ac.id/>

- 1) S1 - Bimbingan Penyuluhan Islam
 - 2) S1 - Komunikasi dan Penyiaran Islam
 - 3) S1 - Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam
 - 4) S1 - Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
- b) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan memiliki fungsi dalam menyelenggarakan pendidikan akademik dan profesional yang bertujuan menghasilkan Sarjana Pendidikan Islam yang memiliki kompetensi di bidang pendidikan dan pengajaran Islam. Selain itu, lulusan fakultas ini juga memiliki keahlian khusus pada bidang Pendidikan Agama Islam, Bahasa Arab, dan Bahasa Inggris serta memiliki kewenangan untuk menjadi pendidik atau mengajar sesuai bidang keilmuannya. Adapun lulusan program Strata Satu (S1) memperoleh gelar S.Pd.I. Berikut adalah program studi yang termasuk dalam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan:

- 1) S1 - Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam
- 2) S1 - Tadris Matematika
- 3) S1 - Pendidikan Islam Anak Usia Dini
- 4) S1 - Pendidikan Agama Islam
- 5) S1 - Manajemen Pendidikan Islam
- 6) S1 - Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
- 7) S1 - Tadris Bahasa Indonesia
- 8) S1 - Tadris Bahasa Inggris
- 9) S1 - Pendidikan Bahasa Arab

10) PROF - Pendidikan Profesi Guru

c) Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam memiliki fungsi dalam menyelenggarakan pendidikan akademik dan profesional yang bertujuan menghasilkan sarjana yang memiliki kompetensi di bidang hukum Islam, ekonomi Islam, perbankan syariah, dan tata kelola syariah. Fakultas ini berperan dalam membentuk lulusan yang mampu memahami, mengembangkan, serta menerapkan ilmu syari'ah dan ekonomi Islam sesuai dengan perkembangan masyarakat dan kebutuhan dunia kerja. Adapun lulusan program Strata Satu (S1) memperoleh gelar sarjana sesuai dengan program studi yang ditempuh. Berikut adalah program studi yang termasuk dalam Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam:

- 1) S1 - SIilmu Falak
- 2) S1 - Perbankan Syari'ah
- 3) S1 - Ekonomi Syari'ah
- 4) S1 - Akutansi Syari'ah
- 5) S1 - Hukum Ekonomi Syari'ah (*Mu'amalah*)
- 6) S1 - Hukum Keluarga Islam (*Ahwal Syaksiyyah*)
- 7) S1 - Hukum Tata Negara (*Siyasah Syar'iyah*)

d) Fakultas Pascasarjana

- 1) S2 - Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam
- 2) S2 - Hukum Keluarga Islam (*Ahwal Syakshiyyah*)
- 3) S2 - Pendidikan Agama Islam (Berbasis Teknologi Pendidikan)

- 4) S2 - Manajemen Pendidikan Islam
- 5) S2 - Pendidikan Bahasa Arab
- 6) S3 - Pendidikan Agama Islam
- 7) S3 - Manajemen Pendidikan Islam

3. Visi dan Misi

a) Visi

Menjadi perguruan tinggi yang bermutu dalam pengembangan ilmu pengetahuan berbasis islam moderasi di tingkat asia tenggara tahun 2045.⁵⁵

b) Misi

- 1) Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bermutu berbasis islam moderasi;
- 2) Meningkatkan publikasi ilmiah yang bermutu berbasis islam moderasi; dan
- 3) Melaksanakan pemberdayaan masyarakat yang bermutu berbasis islam moderasi.

4. Tujuan

- a) Menghasilkan lulusan yang memiliki keluhuran akhlak kompetitif dan profesional.
- b) Menghasilkan lulusan yang mampu mengembangkan berbagai disiplin ilmu melalui penelitian yang kompetitif dan profesional.
- c) Menghasilkan lulusan yang mampu memanfaatkan berbagai bidang disiplin ilmu yang kompetitif dan profesional bagi masyarakat.

⁵⁵ Idi Warsah, "*Pedoman Akademik IAIN Curup 2022*" (Curup, 2022), 9.

- d) Menghasilkan lulusan yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, menuju keluhuran akhlak, kompetitif dan profesional.
- e) Menghasilkan sumber daya yang kompetitif dan profesional untuk menghasilkan pelayanan prima kepada civitas akademika dan masyarakat.

Berdasarkan sejarah pendiriannya serta visi, misi, dan tujuan yang diusung, Institut Agama Islam Negeri Curup memiliki komitmen dalam mengembangkan pendidikan Islam yang unggul, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Hal ini tercermin dari berbagai upaya peningkatan mutu akademik serta keberagaman mahasiswa yang berasal dari berbagai fakultas dan program studi. Keberagaman tersebut turut menciptakan perbedaan pola pikir, gaya hidup, dan perilaku konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, IAIN Curup dipilih sebagai lokasi penelitian karena dianggap memiliki kondisi yang sesuai dengan fokus penelitian ini.

B. Temuan Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 15 mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dari angkatan 2022–2024 yang pernah melakukan pembelian pakaian *thrifting*. Seluruh informan merupakan mahasiswa aktif dari berbagai fakultas, meliputi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Fakultas Tarbiyah, serta Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD). Informan terdiri dari kalangan perempuan yang memiliki pengalaman langsung dalam membeli dan menggunakan pakaian *thrifting*, baik melalui pembelian *online* maupun

kunjungan langsung ke toko atau pasar. Berikut adalah data jumlah informan dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Data Informan Penelitian

No	Nama	Fakultas	Angkatan	Jenis	Jumlah
1.	Ayunsa Putri	Syari'ah	2023	Baju	5
2.	Nur Azizah	Tarbiyah	2024	Baju dan Celana	3
3.	Leksa Meilianti	Tarbiyah	2024	Baju	6
4.	Destrian Isnaini	Syari'ah	2022	Baju dan Celana	6
5.	Pipin Cahaya Octavia	FUAD	2023	Baju	4
6.	Meitia Tara Zagita	FUAD	2023	Baju	3
7.	Dwi Putri Karunia	Tarbiyah	2022	Baju	4
8.	Weni Lestari	Tarbiyah	2022	Baju dan Celana	5
9.	Sherly Amanda Putri	Tarbiyah	2023	Baju	5
10.	Lili Anggraini	Tarbiyah	2024	Baju dan Celana	3
11.	Weni Noviana	Syari'ah	2022	Baju	4
12.	Selfi Ferminta	Syari'ah	2022	Baju	5
13.	Cantika Mutiara Sari	Tarbiyah	2024	Baju dan Celana	6
14.	Leni rahmawati	FUAD	2023	Baju	6
15.	Esta	FUAD	2024	Baju dan Celana	6

Sumber: Data diolah 2026

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, berikut adalah hasil temuan dari penelitian ini yaitu :

1. Alasan Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup Membeli Pakaian *Thrifting*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup, ditemukan bahwa alasan mahasiswa dalam membeli pakaian *thrifting* dapat dianalisis melalui indikator

perilaku pembelian yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Melalui indikator tersebut, peneliti dapat memahami berbagai alasan yang melatarbelakangi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting*.

a. Pengenalan Kebutuhan

Pengenalan kebutuhan merupakan tahap awal dalam proses pembelian, di mana individu menyadari adanya kesenjangan antara kondisi aktual dengan kondisi yang diinginkan, sehingga timbul dorongan untuk bertindak. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap seluruh informan, ditemukan bahwa ketertarikan awal mahasiswi IAIN Curup terhadap pakaian *thrifting* tidak bersifat homogen, melainkan bervariasi antara yang didasari kebutuhan nyata dan yang lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti teman, tren, dan paparan media sosial. informan menyatakan bahwa ketertarikan mereka terhadap pakaian *thrifting* bermula dari pengaruh lingkungan pertemanan. Weni Noviana menyampaikan pengalamannya sebagai berikut:

*"Awalnya itu saya tertarik membeli pakaian thrifting sejak semester awal kuliah waktu itu saya ikut teman pergi ke pasar ada pakaian thrifting dan ternyata itu banyak pakaian yang bagus dengan harga yang murah dari situ saya jadi sering membeli pakaian thrifting karena modelnya unik dan kadang ada merek terkenal tetapi dengan harga terjangkau."*⁵⁶

Pernyataan serupa disampaikan oleh Ayunsa Putri yang menyatakan:

*"awalnya tuh karena dari teman pertamanya itu ngeliat apa kualitasnya kok masih bagus gitu na"*⁵⁷

⁵⁶ Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁵⁷ Ayunsa Putri, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

Hal tersebut mengartikan bahwa ketertarikannya bermula dari melihat langsung kualitas pakaian *thrift*ing milik temannya. Sementara itu, Destrian Isnaini juga mengungkapkan bahwa selain pengaruh teman, melalui platform digital turut berperan dalam membangkitkan minatnya, ia mengatakan bahwa:

*"Awal mulanya kan sering lihat temen-temen di kampus itu sering menggunakan pakaian yang unik-unik terus ternyata lewat nih di TikTok promosi terkait pakaian thrifting itu sendiri jadi kayak tertarik nih mencoba membeli pakaian tersebut."*⁵⁸

Di sisi lain, terdapat beberapa informan yang ketertarikannya berakar dari kesadaran kebutuhan yang lebih mendasar. Esta menyatakan bahwa ia memulai pembelian *thrift*ing karena kondisi pakaiannya yang sudah tidak layak pakai, ia mengatakan bahwa:

*"Awalnya karena memang lagi butuh baju kuliah mbak. Waktu itu ada beberapa baju saya yang udah agak kusam dan ada juga yang udah nggak muat dipakai. Terus teman saya nyaranin coba lihat baju thrifting karena harganya lebih murah."*⁵⁹

Leni Rahmawati juga menunjukkan pola yang serupa dengan menyatakan bahwa pertimbangan ekonomi sebagai mahasiswa menjadi pertimbangan utama dalam memilih *thrift*ing sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan berpakaian, ia mengatakan bahwa:

*"Sebagai mahasiswa tu kan aku tu merasa thrifting bisa jadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan pakaian sehari-hari tanpa harus mengeluarkan biaya yang terlalu besar, selain itu juga kan model pakaiannya beragam dan masih bagus untuk dipakai."*⁶⁰

⁵⁸ Destrian Isnaini, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁵⁹ Esta, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB.

⁶⁰ Leni Rahmawati, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengenalan kebutuhan mahasiswi IAIN Curup dalam membeli pakaian *thrifting* dapat dibedakan ke dalam dua pola utama. Pola pertama adalah pengenalan kebutuhan yang bersifat reaktif, yakni pembelian dilakukan sebagai respons terhadap kebutuhan pakaian yang memang sudah mendesak, seperti yang ditunjukkan oleh Esta, Leni Rahmawati, dan Weni Lestari. Pola kedua adalah pengenalan kebutuhan yang bersifat stimulatif, di mana keinginan untuk membeli muncul setelah terekspos oleh informasi atau pengalaman orang lain, seperti yang terjadi pada Ayunsa Putri, Destrian Isnaini, Leksa Meilianti, dan Meitia Tara Zagita.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tahap pengenalan kebutuhan pada mahasiswi IAIN Curup dalam membeli pakaian *thrifting* lebih banyak dipicu oleh faktor eksternal, khususnya pengaruh teman dan media sosial, dibandingkan dengan kesadaran kebutuhan yang murni bersumber dari diri sendiri. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keputusan untuk memasuki aktivitas *thrifting* pada mayoritas informan berlangsung secara organik melalui interaksi sosial, bukan semata-mata karena dorongan kebutuhan yang terencana.

b. Pencarian Informasi

Setelah mengenali adanya kebutuhan atau ketertarikan terhadap pakaian *thrifting*, mahasiswi kemudian berupaya mencari informasi mengenai tempat, produk, dan kualitas pakaian *thrifting* sebelum melakukan pembelian. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan

bahwa media sosial merupakan sumber informasi yang paling dominan digunakan oleh seluruh informan.

Destrian Isnaini menjelaskan proses pencarian informasinya sebagai berikut:

*"Awalnya sih kayak iseng-iseng tanya sama temen terus kebetulan dikasih ini kayak apa namanya toko terus saya scroll deh di ig jadi kayak tertariknya di situ."*⁶¹

Informan lain seperti Weni Noviana menyebutkan platform yang lebih beragam dalam pencarian informasinya yaitu:

*"Biasanya saya melalui informasi TikTok, Instagram atau live marketplace atau rekomendasi dari teman, saya juga sering melihat akun pakaian thrifting yang update barang baru banyak gitu kan di media sosial juga."*⁶²

Weni Lestari juga menyatakan bahwa media sosial, khususnya Facebook yang digunakan oleh toko *thrifting* lokal di sekitar IAIN Curup (Bank Mega), menjadi sumber informasi utamanya:

*"Di media sosialnya mbak di Bank Mego itu ada toko dimana disana dia itu sering memposting di Facebook setelah itu kami tertarik karena dia banyak menjual model-model yang bagus."*⁶³

Sementara itu, Liri Anggraini menyebutkan bahwa sumber informasinya tidak hanya berasal dari media sosial, tetapi juga dari marketplace dan rekomendasi teman secara langsung:

*"Dari media sosial, marketplace, dan rekomendasi teman mbak."*⁶⁴

⁶¹ Destrian Isnaini, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁶² Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁶³ Weni Lestari, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 19.00 WIB.

⁶⁴ Lili Anggraiani, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 11.00 WIB.

Lebih lanjut Dwi Putri Karunia M menyebutkan bahwa pertama kali ia mencari informasi dengan cara langsung mengunjungi pasar untuk melihat kondisi fisik barang:

*"Pertama kali itu langsung lihat ke pasar mbak terus nengok tempat toko pakaian thrifting yang bagus."*⁶⁵

Temuan penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan menggunakan media sosial sebagai sarana pencarian informasi utama, baik berupa Instagram, TikTok, Facebook, maupun marketplace live streaming. Teman juga menempati posisi kedua sebagai sumber informasi yang cukup berpengaruh, terutama dalam hal rekomendasi toko dan penilaian kualitas produk. Sementara itu, kunjungan langsung ke toko atau pasar hanya dilakukan oleh sebagian kecil informan.

Pola pencarian informasi ini mengindikasikan bahwa digital memainkan peran yang sangat signifikan dalam membentuk perilaku dalam pembelian pakaian thrifting di kalangan mahasiswi IAIN Curup. Kemudahan akses terhadap informasi produk melalui media sosial menjadikan proses pencarian informasi berlangsung lebih cepat dan bahkan dapat secara langsung memicu keputusan pembelian, terutama ketika informan menyaksikan konten promosi secara live streaming.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan informasi yang paling dominan dalam proses pencarian informasi pakaian *thrifting* di kalangan mahasiswi IAIN Curup, diikuti oleh pengaruh teman sebaya. Pola ini menunjukkan

⁶⁵ Dwi Putri Karunia M, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 16.00 WIB.

bahwa perilaku mahasiswi sangat terkoneksi dengan dinamika digital dan jaringan sosial pertemanan.

c. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif merupakan tahapan di mana seseorang mempertimbangkan produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan keberagaman di antara informan, mulai dari yang mempertimbangkan aspek-aspek produk secara sistematis hingga yang hampir tidak melakukan pertimbangan sama sekali. Sebagian informan menunjukkan pola yang cukup cermat dengan mempertimbangkan beberapa aspek secara bersamaan.

Wawancara dengan Liri Anggraini menyatakan bahwa :

“saya mempertimbangkan harga kondisi pakaian ukuran dan modelnya sebelum membeli “⁶⁶

Senada dengan itu, Cantika Mutiara Sari juga menyatakan:

"Biasanya mempertimbangkan kualitas bahan, kondisi pakaian, harga, ukuran, dan modelnya, jadi banyak pertimbangan." ⁶⁷

Weni Noviana juga menyatakan di mana ia tidak hanya mempertimbangkan kondisi fisik dan harga, tetapi juga mempertimbangkan fungsionalitas pakaian tersebut dalam konteks kehidupan sehari-harinya:

"Biasanya mempertimbangkan kondisi pakaian sih terutama, lalu kebersihan, ukuran, model, sama harga, dan juga apakah pakaian itu cocok dipakai untuk kuliah atau cuman sekedar jalan aja." ⁶⁸

⁶⁶ Lili Anggraini, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 11.00 WIB.

⁶⁷ Cantika Mutiara Sari, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB

⁶⁸ Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB

Sementara itu Leni Rahmawati menyebutkan bahwa ia tidak akan membeli pakaian yang hanya menarik secara visual tetapi tidak fungsional bagi kehidupan sehari-harinya:

*"Jadi aku tu melihat dulu apakah pakaian itu bisa dipakai untuk kuliah atau aktivitas sehari-hari, kalau sekiranya hanya menarik saja tapi jarang dipakai, biasanya tidak jadi aku beli."*⁶⁹

Sebaliknya Destrian Isnaini secara tegas mengungkapkan pola yang berbeda, ia menyatakan bahwa:

*"Enggak ada sih, kayak kalau unik beli gitu."*⁷⁰

Meitia Tara Zagita pun mengungkapkan pola serupa dengan menyebutkan bahwa ia cenderung langsung membeli ketika melihat sesuatu yang menarik:

*"Enggak terlalu dipertimbangkan sih mbak, kalau menurut mei itu tertarik, mei langsung beli."*⁷¹

Temuan penelitian menunjukkan adanya dua perbedaan dalam pola evaluasi alternatif di antara informan. Kelompok pertama terdiri dari informan yang melakukan dengan mempertimbangkan aspek kondisi fisik, harga, model, ukuran, dan fungsionalitas. Kelompok kedua terdiri dari informan yang nyaris tidak melakukan evaluasi, di mana keputusan pembelian sepenuhnya dikendalikan oleh daya tarik visual dan sesaat.

Perbedaan pola evaluasi ini mengindikasikan adanya variasi dalam proses pengambilan keputusan pembelian di antara mahasiswa

⁶⁹ Leni Rahmawati, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB.

⁷⁰ Destrian Isnaini, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁷¹ Meitia Tara Zagita, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB

IAIN Curup. Informan yang melakukan evaluasi yang lebih terstruktur cenderung berorientasi pada kebutuhan dan utilitas, sedangkan informan yang evaluasinya sangat minim cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dan estetika semata.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa proses evaluasi alternatif dalam pembelian pakaian *thrifting* di kalangan mahasiswi IAIN Curup berlangsung secara heterogen. Sebagian informan melakukan pertimbangan yang matang, namun sebagian lainnya tidak menjalani proses evaluasi yang berarti, sehingga berpotensi pada pembelian yang tidak sepenuhnya rasional.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap di mana konsumen menetapkan pilihan akhir mengenai produk yang akan dibeli, termasuk mempertimbangkan jumlah, waktu, dan cara pembelian. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa faktor harga dan kualitas produk merupakan dua faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswi IAIN Curup terhadap pakaian *thrifting*. Hampir seluruh informan menempatkan harga sebagai pertimbangan utama, yang dikombinasikan dengan kualitas produk.

Wawancara dengan Selfi Ferminta mengungkapkan bahwa:

"Paling dominan sih di harganya, kemudian kualitas pakaiannya." ⁷²

⁷² Selfi Ferminta, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 15.00 WIB.

Pernyataan tersebut dipertegas oleh Dwi Putri Karunia M yang menyebutkan bahwa:

*"Yang paling mempengaruhi itu yang pertama harga sih mbak, harganya karena lebih hemat ya kalau misalnya dibandingkan dengan pakaian baru gitu, terus juga kualitas."*⁷³

Informasi tersebut juga diperkuat oleh Pipin Cahaya Octavia yang menyatakan bahwa :

*"Menurut saya faktor yang paling mempengaruhi itu harga dan kualitas pakaiannya, dari harganya murah kualitasnya juga masih bagus."*⁷⁴

Selain harga dan kualitas, faktor keunikan model turut memengaruhi keputusan pembelian sebagian informan. Informasi tersebut diperkuat oleh Destrian Isnaini yang menyebutkan bahwa:

*"Faktor yang mempengaruhi karena pertama itu unik ya, terus yang kedua itu bahannya juga lumayan, dengan sekelas pakaian thrifting itu bahannya itu kebanyakan dapatnya yang nyaman dipakai."*⁷⁵

Meitia Tara Zagita menambahkan bahwa *fenomena fear of missing out (FOMO)* terhadap tren fashion juga turut memengaruhi keputusannya, meskipun keputusan tersebut tidak selalu dilandasi kebutuhan:

*"Karena balik ke model, balik ke fomo, kayak ngerasa bagus aja kalau misalnya memakai baju itu walaupun dari thrift."*⁷⁶

Temuan penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan

⁷³ Dwi Putri Karunia M, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 16.00 WIB.

⁷⁴ Pipin Cahaya Octavia, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 12.00 WIB.

⁷⁵ Destrian Isnaini, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁷⁶ Meitia Tara Zagita, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB

pembelian pakaian *thrift*ing di kalangan mahasiswi IAIN Curup. Namun, daya tarik model dan tekanan sosial berupa tren juga berperan pada sebagian informan. Dalam hal pengelolaan pengeluaran, sebagian informan menunjukkan pola yang terencana dan terkontrol, sedangkan sebagian lainnya cenderung tidak dapat membatasi pembelian ketika menemukan produk yang menarik.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor harga dan kualitas mendominasi keputusan pembelian pakaian *thrift*ing di kalangan mahasiswi IAIN Curup, yang mencerminkan adanya orientasi efisiensi dalam konsumsi. Namun demikian, terdapat variasi dalam kemampuan mahasiswi mengelola pengeluaran, yang mencerminkan tingkat kedisiplinan finansial yang berbeda-beda di antara informan.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pasca pembelian mencerminkan respons dan sikap konsumen setelah menggunakan produk yang dibeli, termasuk tingkat kepuasan, intensitas penggunaan, dan evaluasi terhadap keputusan yang telah diambil. Berdasarkan hasil wawancara, temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas informan menyatakan merasa puas setelah membeli pakaian *thrift*ing, meskipun dengan latar belakang yang berbeda-beda. Sebagian besar informan mengungkapkan kepuasan yang berkaitan dengan relasi antara harga dan kualitas yang diperoleh.

Wawancara dengan informan Dwi Putri Karunia M ia menyatakan bahwa:

"Sangat puas mbak, karena pakaian thrifting sangat-sangat bagus kualitasnya mbak, apalagi kaos-kaosnya mbak." ⁷⁷

Weni Noviana juga mengungkapkan kepuasannya yang disertai perasaan percaya diri karena keunikan produk yang dimilikinya, ia menyatakan bahwa:

"Saya merasa senang dan puas sih, karena bisa mendapatkan pakaian bagus tetapi dengan harga murah. Kadang saya juga merasa lebih percaya diri saat memakai karena kan itu tidak ada yang menyamai sama sekali." ⁷⁸

Sebaliknya, Nur Azizah merupakan satu-satunya informan yang mengungkapkan adanya perasaan kecewa pasca pembelian:

"Kalau perasaan sih lebih kayak ke nyesel sih mbak, karena kadang pas beli itu kan bagus gitu ya, tapi pas sampai ke rumah kok beda dari yang kita lihat di toko, jadinya rada-rada." ⁷⁹

Pernyataan ini mengindikasikan ketidaksesuaian antara ekspektasi saat membeli dengan kondisi nyata produk yang diterima. Adapun dalam hal penggunaan, terdapat dua keadaan yang terlihat. Kelompok pertama adalah informan yang menggunakan pakaian *thrifting* dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang diungkapkan oleh Esta. Esta mengungkapkan bahwa :

"ya hampir semuanya dipakai mbak. Karena saya beli memang sesuai kebutuhan, jadi jarang ada yang cuma disimpan aja." ⁸⁰

⁷⁷ Dwi Putri Karunia M, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 16.00 WIB.

⁷⁸ Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB

⁷⁹ Nur Azizah, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB

⁸⁰ Esta, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB.

Leni Rahmawati juga menyatakan bahwa :

“sebagian besarnya tu mbak digunakan dalam kehidupan sehari hari kan karena aku tu beli pakaian memang dibutuhkan bukan hanya untuk koleksi aja”⁸¹

Kelompok kedua adalah informan yang hanya menggunakan pakaian *thrifting* sebanyak satu hingga dua kali setelah dibeli.

Informasi tersebut diperkuat oleh Ayunsa Putri secara jujur mengakui:

“Kebanyakan cuman dipakai sekali dua kali, habis itu udah.”⁸²

Meitia Tara Zagita juga mengungkapkan pola penggunaan yang serupa. Ia menyatakan bahwa :

“karena kan mei cuman tertarik aja cuman kadang karena fomo ya cuman sekali dua kali aja”⁸³

Nurazizah juga menegaskan bahwa :

“iya sih mbak lebih ke cuma satu kali pakai aja gitu kemudian udah gak dipake lagi”⁸⁴

Kondisi ini mengindikasikan bahwa pembelian yang dilakukan lebih banyak dilandasi oleh keinginan sesaat ketimbang kebutuhan yang sesungguhnya, sehingga menghasilkan konsumsi yang tidak efisien.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku pasca pembelian di kalangan mahasiswi IAIN Curup menunjukkan dua pola yang berbeda, yaitu kelompok yang puas dan menggunakan pakaian karena pembelian didasari kebutuhan, dan kelompok yang

⁸¹ Leni Rahmawati, *Wawancara*, Curup 12 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB.

⁸² Ayunsa Putri, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁸³ Meitia Tara Zagita, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB.

⁸⁴ Nur Azizah, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB.

mengalami pemborosan karena pakaian yang dibeli hanya digunakan sesekali. Pola kedua ini mencerminkan adanya ketidakselarasan antara proses pembelian dengan manfaat jangka panjang yang diperoleh.

2. Makna Pembelian Terhadap Pakaian *Thrift* di Kalangan Mahasiswi IAIN Curup

Berdasarkan hasil wawancara, makna tersebut dianalisis melalui tiga indikator utama, yaitu: pendapatan, gaya hidup, dan pola konsumsi.

a. Pendapatan

Kondisi keuangan merupakan salah satu faktor yang paling menentukan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswi. Sebagai kelompok yang umumnya belum berpenghasilan mandiri dan bergantung pada uang saku dari orang tua atau beasiswa, mahasiswa cenderung mencari alternatif konsumsi yang efisien. Berdasarkan hasil wawancara, hampir seluruh informan menyatakan bahwa pakaian *thrift* secara signifikan membantu mereka menghemat pengeluaran.

Weni Noviana mengungkapkan secara jelas perbandingan pengeluaran antara membeli pakaian *thrift* dengan pakaian baru. Ia menyatakan bahwa:

"Sangat membantu, karena kan misal dengan uang seratus ribu saya bisa mendapatkan beberapa pakaian sekaligus, sedangkan kalau membeli pakaian baru mungkin hanya dapat satu." ⁸⁵

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Dwi Putri Karunia M yang menyatakan:

⁸⁵ Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB.

*"Kadang kan kita juga kalau misalnya dengan budget seratus ribu itu kita sudah dapat tiga baju, tapi kan kalau kita emang beneran beli baju baru, kadang cuma dapat satu."*⁸⁶

Leksa Meilianti juga memberikan perbandingan harga yang lebih spesifik sebagai gambaran efisiensi *thrifting*. Ia mengungkapkan bahwa:

*"Bisa menghemat karena harga pasar sama ngethrif itu beda, bisa jadi di pasar itu 300 jadi di ngethrif bisa dapat 80 gitu mbak, perbedaannya lumayan."*⁸⁷

Selfi Ferminta juga menyebutkan bahwa:

*"Beda jauh banget sih, karena kalau yang asli itu mungkin sekitar 300 atau 400, kalau thrifting itu bisa 30 ribu, jadi lebih irit."*⁸⁸

Namun demikian, terdapat satu informan yang memberikan pandangan berbeda. Nur Azizah menyatakan bahwa manfaat penghematan dari *thrifting* tidak selalu signifikan baginya, karena ia menilai harga di beberapa toko konvensional tidak berbeda jauh:

*"Sebenarnya lebih ke biasa aja sih mbak, karena mungkin di toko-toko orange sebanding juga sih harganya, enggak jauh beda ya."*⁸⁹

Pernyataan Nur Azizah ini mengindikasikan bahwa persepsi tentang manfaat penghematan *thrifting* bersifat relatif dan dipengaruhi oleh referensi harga masing-masing individu, serta lokasi toko *thrift* yang dikunjungi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kondisi pendapatan atau uang saku yang terbatas menjadi salah satu motivasi utama yang

⁸⁶ Dwi Putri Karunia M, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 16.00 WIB.

⁸⁷ Leksa Meilianti, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB

⁸⁸ Selfi Ferminta, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 15.00 WIB.

⁸⁹ Nur Azizah, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB.

mendorong mahasiswi IAIN Curup untuk memilih pakaian *thrift*ing. Efisiensi harga yang ditawarkan oleh produk *thrift*ing dipersepsikan oleh mayoritas informan sebagai strategi manajemen pengeluaran yang cerdas, terutama dalam konteks kehidupan sebagai mahasiswi atau penghuni kos yang memiliki anggaran terbatas.

Weni Lestari secara tegas mengaitkan kondisi ini dengan identitasnya sebagai anak kos:

*"Karena saya ini sebagai mahasiswa yo, saya juga anak kosan, dimana saya ini lebih memilih membeli pakaian thrift*ing itu karena agar lebih hemat gitu mbak." ⁹⁰

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor pendapatan yang terbatas merupakan pendorong utama yang membuat mahasiswi IAIN Curup memaknai *thrift*ing sebagai solusi efisiensi finansial dalam pemenuhan kebutuhan berpakaian. Makna ekonomis ini menjadi landasan yang konsisten diungkapkan oleh hampir sebagian besar informan.

b. Gaya Hidup

Selain pertimbangan finansial, pakaian *thrift*ing juga memiliki dimensi gaya hidup yang berkaitan dengan penampilan, identitas diri, dan kepercayaan diri. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa sebagian besar informan memaknai *thrift*ing sebagai sarana untuk tampil menarik dan berbeda tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

⁹⁰ Weni Lestari, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 19.00 WIB.

Sherly Amanda Putri mengaitkan manfaat *thriftling* dengan keunikan model yang tidak mudah ditemukan di toko konvensional. Ia menyatakan bahwa :

"Kebanyakan tren sekarang tuh bajunya kan sama kan, apalagi kalau beli di Shopee. Kalau di thriftling itu pakaian-pakaian luar kan mbak, jadi ya model-modelnya juga beda-beda, enggak ada yang nyamain kadang." ⁹¹

Selfi Ferminta memperkuat hal yang serupa. Ia menyatakan bahwa:

"Mungkin berbeda dari yang lain, bajunya nggak pasaran." ⁹²

Weni Noviana memaknai dampak *thriftling* terhadap penampilannya secara lebih luas, yakni sebagai sarana untuk mengikuti tren tanpa harus mengorbankan kondisi keuangan:

"Saya merasakan penampilan jadi lebih menarik dan lebih mudah mengikuti tren fashion tanpa harus mengeluarkan biaya besar." ⁹³

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam dimensi gaya hidup, mahasiswi IAIN Curup memaknai *thriftling* sebagai strategi untuk tampil berbeda, unik, dan mengikuti tren dengan cara yang lebih hemat. Keunikan model yang sulit ditemukan di pasaran menjadi nilai lebih yang sangat dihargai, sehingga *thriftling* tidak sekadar dipandang sebagai aktivitas konsumsi ekonomis, tetapi juga sebagai ekspresi identitas dan gaya hidup.

c. Pola Konsumsi

Pola konsumsi merujuk pada kecenderungan, kebiasaan, dan orientasi yang mendasari perilaku pembelian seseorang dalam rentang

⁹¹ Sherly Amanda Putri, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB.

⁹² Selfi Ferminta, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 15.00 WIB.

⁹³ Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB.

waktu tertentu. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan dua pola konsumsi yang kontras di kalangan informan, yaitu pola konsumsi yang berorientasi pada kebutuhan dan pola konsumsi yang lebih banyak digerakkan oleh keinginan dan impuls. Kelompok informan yang berorientasi pada kebutuhan menunjukkan pola konsumsi yang terencana dan terkontrol.

Esta menyatakan secara tegas bahwa ia tidak melakukan pembelian apabila tidak benar-benar memerlukan pakaian tersebut. Ia menyatakan bahwa:

*"Lebih ke kebutuhan mbak. Soalnya saya beli kalau memang ada yang diperlukan. Kalau cuma karena suka modelnya tapi sebenarnya nggak butuh, biasanya nggak saya beli."*⁹⁴

Leni Rahmawati juga menunjukkan pola yang serupa. Ia menyatakan:

*"Lebih banyaknya tu mbak karena ke kebutuhan, terutama kan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan pengeluaran yang lebih hemat."*⁹⁵

Di sisi lain, terdapat kelompok informan yang mengakui bahwa pola konsumsi mereka lebih banyak digerakkan oleh keinginan daripada kebutuhan.

Ayunsu Putri menyatakan bahwa:

*"Hampir kebanyakan tuh karena keinginan sih. Mbak kalau beli itu"*⁹⁶

Meitia Tara Zagita bahkan secara terbuka juga menyatakan:

*"Cuman keinginan aja kayaknya, enggak yang dibutuhkan sekali."*⁹⁷

⁹⁴ Esta, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB.

⁹⁵ Leni Rahmawati, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB.

⁹⁶ Ayunsu Putri, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁹⁷ Meitia Tara Zagita, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB

Sebagian besar informan mengakui pernah melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya. Destrian Isnaini mengungkapkan:

*"Pernah sih, karena kadang kan kalau kita tanpa ada rencana nih mau beli baju, ternyata waktu scroll IG ada nih baju thrifting yang bagus, jadi yang awalnya enggak mau beli, jadi kebeli deh."*⁹⁸

Weni Noviana juga mengatakan bahwa;

*"Pernah juga, karena biasanya cuman tergoda model yang bagus dan takut barangnya diambil orang lain, akhirnya belilah, karena walaupun sebenarnya belum tentu membutuhkan atau dipakai terus."*⁹⁹

Temuan yang menarik adalah pernyataan Destrian Isnaini yang mengakui pernah berbelanja secara berlebihan karena tergoda oleh harga murah dan kualitas yang dinilai baik, ia mengatakan bahwa:

*"Ya pernah sih, karena kan harganya yang lumayan murah terus kualitasnya juga bagus, jadi kadang tuh suka enggak sadar diri."*¹⁰⁰

Berdasarkan keseluruhan temuan mengenai pola konsumsi, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua tipologi pola konsumsi yang terbentuk di kalangan mahasiswi IAIN Curup. Pertama adalah pola konsumsi berbasis kebutuhan yang ditandai oleh pembelian terencana, terkontrol, dan berorientasi pada utilitas jangka panjang. Kedua adalah pola konsumsi berbasis keinginan yang ditandai oleh pembelian yang sering bersifat spontan, dipengaruhi oleh daya tarik model dan harga, serta tidak selalu menghasilkan utilitas yang optimal karena produk yang dibeli tidak selalu digunakan secara maksimal. Variasi pola konsumsi

⁹⁸ Destrian Isnaini, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

⁹⁹ Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB

¹⁰⁰ Destrian Isnaini, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

ini menegaskan bahwa fenomena *thrifting* di kalangan mahasiswa IAIN Curup tidak dapat disederhanakan ke dalam satu tipologi tunggal, melainkan mencerminkan keragaman orientasi dan rasionalitas konsumsi yang dipengaruhi oleh kondisi psikologis, sosial, dan finansial masing-masing individu.

3. Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Curup dalam Membeli Pakaian *Thrifting* Ditinjau Menurut Prinsip Konsumsi Islam Perspektif Al-Ghazali

Analisis ini dilakukan dengan membandingkan temuan data lapangan dengan empat prinsip konsumsi Al-Ghazali, yaitu orientasi konsumsi pada kebutuhan bukan keinginan, membelanjakan harta pada hal yang halal dan baik, larangan bersikap israf dan tabzir, serta kesederhanaan dalam membelanjakan harta.

a. Orientasi Konsumsi pada Kebutuhan, Bukan Keinginan

Al-Ghazali menegaskan bahwa konsumsi yang ideal adalah konsumsi yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan bukan sekadar mengikuti keinginan yang didorong oleh nafsu. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa hanya sebagian kecil informan yang secara konsisten menerapkan prinsip ini dalam perilaku pembelian pakaian *thrifting* mereka. Informan yang paling konsisten menerapkan prinsip ini adalah Esta, Leni Rahmawati, Selfi Ferminta, dan Weni Lestari. Esta secara tegas menyatakan bahwa ia tidak membeli apabila tidak benar-benar memerlukan pakaian tersebut. Seperti yang dinyatakan oleh Selfi Ferminta ia mengungkapkan bahwa:

"Sesuai dengan kebutuhan saja, biasanya kan lagi butuh celana, ada nggak ya celana thrifting yang bagus, jadi disesuaikan kebutuhan saya." ¹⁰¹

Sebaliknya, mayoritas informan mengakui bahwa pembelian mereka lebih banyak digerakkan oleh keinginan. Ayunsa Putri menyatakan bahwa hampir seluruh pembeliannya didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan nyata. Leksa Meilianti mengakui bahwa ia sering membeli pakaian yang kemudian tidak digunakan. Destrian Isnaini juga mengonfirmasi bahwa ia pernah melakukan pembelian berlebihan karena tidak mampu mengendalikan diri di hadapan produk yang menarik dengan harga terjangkau.

Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi sebagian besar mahasiswi IAIN Curup dalam membeli pakaian *thrifting* belum sepenuhnya selaras dengan prinsip Al-Ghazali yang menekankan prioritas kebutuhan di atas keinginan. Harga yang murah, yang seharusnya menjadi instrumen efisiensi, justru dalam banyak kasus menjadi stimulan yang memperlemah pengendalian diri konsumen, sehingga mendorong pembelian yang melampaui batas kebutuhan yang sesungguhnya.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam aspek orientasi konsumsi, mahasiswa IAIN Curup terklasifikasikan ke dalam dua tipologi pertama, konsumen yang berorientasi pada kebutuhan dan berperilaku selaras dengan prinsip Al-Ghazali kedua, konsumen yang berorientasi pada keinginan dan cenderung berperilaku

¹⁰¹ Selfi Ferminta, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 15.00 WIB.

konsumtif, yang berpotensi mengarah pada *israf* dalam perspektif ekonomi Islam.

b. Membelanjakan Harta pada Hal yang Halal dan Baik (*Tayyib*)

Al-Ghazali menekankan bahwa setiap aktivitas konsumsi harus diarahkan pada barang dan jasa yang memenuhi kriteria halal dan tayyib (baik lagi bermanfaat). Dalam konteks pakaian *thrift*ing, aspek ini berkaitan dengan kebersihan, kelayakan, dan keamanan produk yang dikonsumsi. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan menunjukkan kesadaran terhadap aspek kelayakan produk sebagai bagian dari pertimbangan pembelian.

Weni Noviana menyebutkan kebersihan sebagai salah satu kriteria yang ia pertimbangkan sebelum membeli. Esta juga menyatakan bahwa ia memperhatikan kondisi fisik pakaian dan tidak akan membeli apabila terdapat cacat yang berlebihan. Namun, terdapat satu informan yang secara eksplisit menyampaikan kekhawatirannya terhadap aspek kebersihan pakaian *thrift*ing dari perspektif higienitas.

Nur Azizah menyatakan:

*"Kebiasaan beli itu kayaknya kurang bagus ya mbak, karena kan dari segi itu tuh kita nggak tahu tuh yang pernah makai itu siapa, dari segi kebersihannya juga itu kan kurang bagus, karena itu kan ditumpuk-tumpuk, terus juga kan dicucinya entah gimana gitu, jadi kalau untuk mahasiswa lebih baik jangan."*¹⁰²

Pernyataan Nur Azizah ini memberikan perspektif kritis yang relevan dengan prinsip tayyib dalam konsumsi Islam, khususnya

¹⁰² Nur Azizah, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB.

berkaitan dengan aspek kebersihan dan kesucian produk yang dikonsumsi. Meskipun pakaian *thrift*ing tidak termasuk dalam kategori barang yang diharamkan secara eksplisit, aspek higienitas menjadi pertimbangan yang perlu diperhatikan agar konsumsi tersebut benar-benar memenuhi kriteria *tayyib*.

Sebagian besar informan lainnya tidak secara spesifik membahas aspek kebersihan atau higienitas dalam wawancara, namun sebagian di antaranya menyebutkan bahwa mereka memeriksa kondisi fisik pakaian sebelum membeli, yang mengindikasikan adanya kesadaran terhadap kualitas dan kelayakan produk.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa perhatian terhadap aspek kelayakan dan kebersihan pakaian *thrift*ing di kalangan informan masih bervariasi. Terdapat sebagian informan yang cukup selektif dalam menilai kondisi produk, namun sebagian lainnya lebih berfokus pada aspek harga dan model tanpa mempertimbangkan secara mendalam aspek kebersihan yang berkaitan dengan prinsip *tayyib* dalam konsumsi Islam.

c. Larangan Bersikap *Israf* dan *Tabzir*

Prinsip ketiga Al-Ghazali adalah larangan terhadap *israf* (berlebih-lebihan dalam konsumsi) dan *tabzir* (membelanjakan harta secara sia-sia atau tanpa manfaat). Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan indikasi perilaku *israf* dan *tabzir* pada sebagian informan, yang tercermin dari pembelian pakaian yang melampaui kebutuhan aktual dan produk yang kemudian tidak digunakan secara maksimal.

Leksa Meilianti mengakui bahwa ia kerap membeli pakaian yang pada akhirnya tidak digunakan. Ia menyatakan bahwa :

"Kekeinginan, kalau kebutuhan itu jarang dipakai mbak." ¹⁰³

Meitia Tara Zagita juga menyebutkan bahwa ia sering membeli pakaian *thrifting* yang sesungguhnya belum dibutuhkan, dan pakaian tersebut hanya digunakan satu hingga dua kali:

"Sering." (ketika ditanya apakah pernah membeli yang belum dibutuhkan)¹⁰⁴

Destrian Isnaini secara terbuka mengakui pengalaman pembelian berlebihan:

"Pernah sih, karena kan harganya yang lumayan murah terus kualitasnya juga bagus, jadi kadang tuh suka enggak sadar diri." ¹⁰⁵

Fenomena ini mencerminkan bahwa harga yang terjangkau justru menjadi celah terjadinya israf dalam konteks konsumsi *thrifting*. Dalam perspektif Al-Ghazali, israf tidak hanya berkaitan dengan jumlah nominal pengeluaran, tetapi juga dengan ketidakselarasan antara konsumsi dan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli sesuatu yang tidak benar-benar dibutuhkan, meskipun dengan harga yang murah, tetap dapat dikategorikan sebagai bentuk pemborosan apabila mengakibatkan sumber daya yang ada tidak dimanfaatkan secara optimal.

Di sisi lain, informan seperti Esta, Leni Rahmawati, dan Selfi Ferminta menunjukkan pola konsumsi yang jauh dari *israf*, karena

¹⁰³ Leksa Meilianti, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB.

¹⁰⁴ Meitia Tara Zagita, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 14.00 WIB

¹⁰⁵ Destrian Isnaini, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 13.00 WIB.

pembelian mereka konsisten didasarkan pada kebutuhan aktual dan seluruh pakaian yang dibeli digunakan secara reguler.

Cantika Mutiara Sari juga menyatakan:

"Menurut saya membantu pengeluaran dan bantu menghemat karena harganya lebih murah dibanding membeli pakaian baru, padahal bahan dan kualitasnya sama."

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat variasi yang signifikan dalam kecenderungan *israf* di antara informan. Sebagian informan menunjukkan pola konsumsi yang bersih dari *israf*, sementara sebagian lainnya memperlihatkan indikasi *israf* berupa pembelian yang melebihi kebutuhan dan tidak diikuti oleh pemanfaatan yang optimal. Fenomena ini menjadi catatan penting dalam konteks ekonomi Islam, di mana kemudahan akses terhadap produk murah tidak boleh dijadikan acuan untuk berperilaku konsumtif.

d. Kesederhanaan dalam Membelanjakan Harta

Prinsip kesederhanaan dalam pemikiran Al-Ghazali menekankan pentingnya keseimbangan dalam konsumsi, yakni tidak berlebihan dan tidak pula terlalu kikir, melainkan berada pada titik tengah yang proporsional sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian informan menunjukkan pemahaman dan penerapan prinsip ini meskipun diungkapkan dengan cara yang berbeda.

Pipin Cahaya Octavia mengungkapkan bahwa ia merasa pengeluarannya tetap terkontrol meskipun membeli pakaian *thrifting*, ia mengungkapkan bahwa:

"Menurut saya, perasaan saya dalam membeli sesuai dengan kemauan saya dan pengeluaran bisa tetap terkontrol." ¹⁰⁶

Liri Anggraini memperlihatkan pendekatan yang paling terencana di antara seluruh informan, dengan menetapkan jumlah pembelian berdasarkan kebutuhan dan menyesuaikannya dengan kemampuan finansial:

"Menentukannya itu dengan jumlah pakaian sesuai kebutuhan dan menyesuaikan dengan uang yang saya miliki sekarang." ¹⁰⁷

Leni Rahmawati juga menunjukkan pola serupa dengan menyatakan bahwa ia memilih *thrift*ing justru sebagai sarana untuk menerapkan pola hidup sederhana sebagai mahasiswa:

"Menurutku tu ya, thrifting tu adalah cara untuk memenuhi kebutuhan pakaian yang lebih sederhana dan hemat. Sebagai mahasiswa aku tu merasa pakaian thrifting tu membantu mengatur pengeluaran agar tidak terlalu boros." ¹⁰⁸

Sementara itu, informan seperti Weni Noviana mengakui adanya kesenjangan antara niat untuk berhemat dan realisasinya:

"Biasanya saya menentukan batas pengeluaran sebelum membeli supaya tidak terlalu boros, tetapi kadang kalau menemukan pakaian bagus saya bisa membeli lebih banyak dari rencana awal." ¹⁰⁹

Temuan ini mengindikasikan bahwa prinsip kesederhanaan baru diterapkan secara konsisten oleh sebagian kecil informan. Bagi sebagian besar informan lainnya, meskipun terdapat niat untuk

¹⁰⁶ Pipin Cahaya Octavia, *Wawancara*, Curup 19 Mei 2026, Pukul 12.00 WIB.

¹⁰⁷ Lili Anggraiani, *Wawancara*, Curup 20 Mei 2026, Pukul 11.00 WIB.

¹⁰⁸ Leni Rahmawati, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 10.00 WIB.

¹⁰⁹ Weni Noviana, *Wawancara*, Curup 21 Mei 2026, Pukul 09.00 WIB

berperilaku sederhana, dalam praktiknya prinsip tersebut sering tergoyahkan oleh godaan harga murah dan model yang menarik.

Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip kesederhanaan dalam pembelian pakaian *thrifting* di kalangan mahasiswi IAIN Curup masih bersifat yang berbeda. Hanya sebagian informan yang secara konsisten menerapkan pola konsumsi yang terkontrol, sementara sebagian lainnya masih rentan terhadap perilaku konsumsi yang melampaui batas kesederhanaan yang diajarkan dalam perspektif Al-Ghazali.

C. Pembahasan dan Hasil Analisis Nvivo

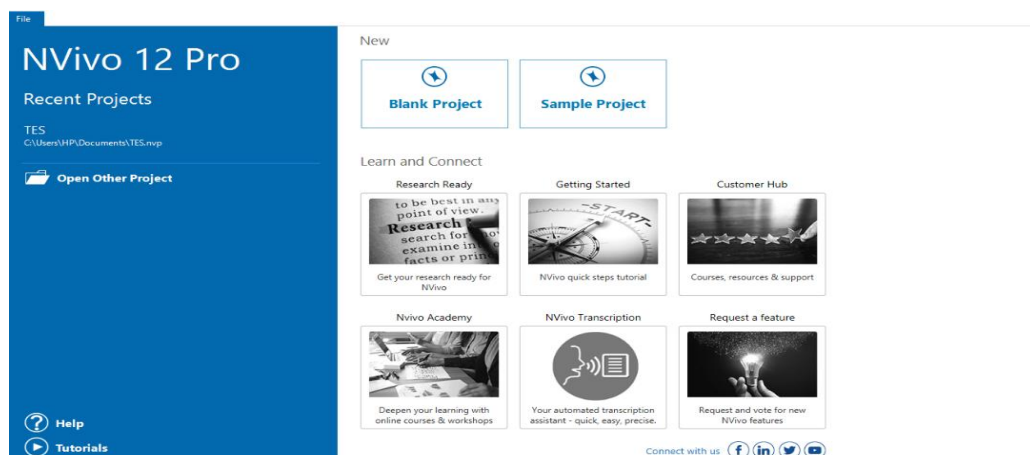
Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak Nvivo 12. Penggunaan aplikasi ini membantu peneliti dalam mengelola, mengorganisasikan, dan menganalisis data hasil wawancara yang diperoleh dari para informan secara lebih sistematis. Nvivo 12 memudahkan peneliti dalam melakukan proses pengkodean (*coding*), pengelompokan data, visualisasi hubungan antar tema, serta penyajian hasil analisis, sehingga proses pengolahan data menjadi lebih efektif dan efisien. Hal ini penting karena penelitian kualitatif menghasilkan data yang cukup banyak dan beragam sehingga memerlukan pengelolaan yang terstruktur.

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan Nvivo 12 yang dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu mengimpor data hasil wawancara ke dalam perangkat lunak, mengorganisasikan data berdasarkan tema dan kategori penelitian, melakukan pengkodean terhadap data yang relevan, serta memvisualisasikan hasil analisis untuk mempermudah interpretasi data.

Melalui tahapan tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi pola, hubungan, serta kecenderungan perilaku yang muncul dari jawaban para informan. Adapun data yang dianalisis berasal dari hasil wawancara mendalam dengan 15 informan yang merupakan mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2022-2024 yang pernah membeli pakaian *thrifting*. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik informan dengan tujuan penelitian.

Sebelum melakukan proses analisis menggunakan Nvivo 12, peneliti terlebih dahulu mengumpulkan dan mentranskripsikan seluruh hasil wawancara. Selanjutnya, data tersebut dianalisis dengan tujuan untuk memahami tipologi perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting*, mengidentifikasi alasan yang melatarbelakangi keputusan pembelian, serta memaknai perilaku konsumsi mahasiswa yang kemudian dianalisis dalam perspektif konsumsi Islam menurut Al-Ghazali. Berikut adalah langkah awal dalam melakukan analisis menggunakan Nvivo 12.

Gambar 4.1
Project Penelitian Nvivo 12

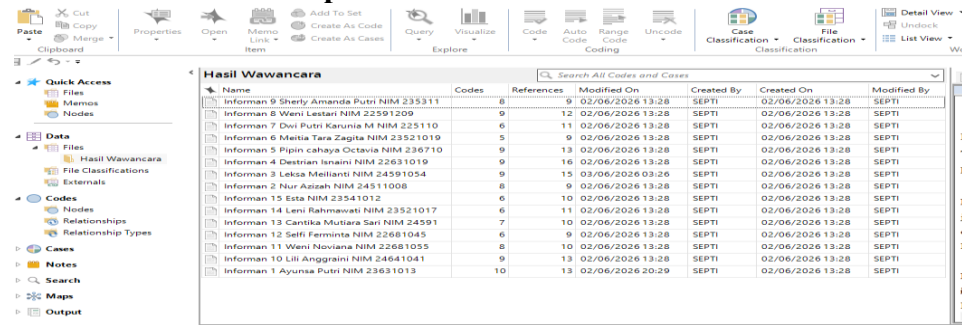


Sumber: Project Nvivo 12

1. Mengimpor Data

Data yang digunakan oleh peneliti di sini berasal dari hasil wawancara dengan 15 informan mahasiswi yang telah memenuhi syarat.

Gambar 4.2
Import Data Hasil Wawancara



Name	Codes	References	Modified On	Created By	Created On	Modified By
Informan 9 Sheryl Amanda Putri NIM 235311	8	9	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 8 Weni Lestari NIM 22591209	9	12	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 7 Dewi Putri Karunia M NIM 225110	6	11	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 6 Melita Tara Zagita NIM 23521019	5	9	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 5 Pipin cahaya Octavia NIM 236710	9	13	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 4 Destrian Isnaini NIM 22631019	9	16	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 3 Leksa Melianti NIM 24591054	9	15	03/06/2026 03:26	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 2 Nur Azah NIM 24511008	8	9	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 15 Esta NIM 23541012	6	10	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 14 Leni Rahmawati NIM 23521017	6	11	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 13 Cantika Mutiara Sari NIM 24591	7	10	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 12 Sefi Fermina NIM 22681045	6	9	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 11 Weni Noviana NIM 22681055	8	10	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 10 Lili Anggraini NIM 24641041	9	13	02/06/2026 13:28	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI
Informan 1 Ayunsa Putri NIM 23631013	10	13	02/06/2026 20:29	SEPTI	02/06/2026 13:28	SEPTI

Sumber: Aplikasi Nvivo 12

2. Membuat Kode dan Tema

Untuk mengetahui hal ini, peneliti memanfaatkan fitur yang disediakan oleh aplikasi Nvivo, yaitu software Nvivo, yang menampilkan teks secara visual melalui *word frequency query*. Berdasarkan hasil pencarian dengan menggunakan fitur tersebut, diperoleh sekumpulan kata yang paling sering muncul dalam data, dan peneliti akan menyajikannya dalam bentuk *word cloud* seperti berikut:

Gambar 4.3
World Cloud Hasil Wawancara Penelitian



Sumber: Project Nvivo 12

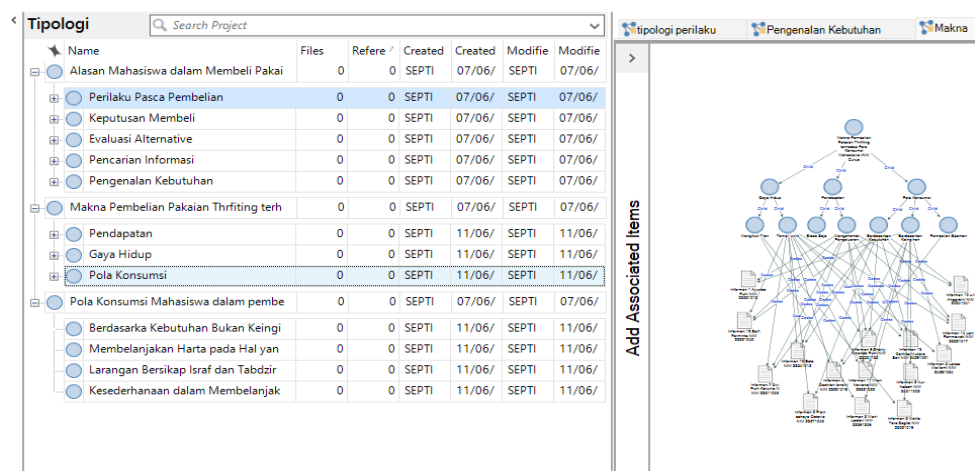
Hasil analisis *Word Cloud* menggunakan aplikasi Nvivo 12 menunjukkan beberapa kata yang paling dominan muncul dalam hasil wawancara, yaitu kata “pakaian”, “*thrifting*”, “harga”, “bagus”, “model”, “sering”, “media sosial”, dan “teman”. Dominannya kata “pakaian” dan “*thrifting*” menunjukkan bahwa fokus utama informan selama wawancara berkaitan dengan pengalaman dan kebiasaan mereka dalam membeli pakaian *thrifting*. Sementara itu, kemunculan kata “harga” dengan frekuensi yang cukup tinggi mengindikasikan bahwa aspek ekonomi menjadi salah satu alasan utama mahasiswa memilih pakaian *thrifting*. Selain itu, kata “bagus”, “model”, dan “tertarik” menunjukkan bahwa kualitas serta model pakaian juga menjadi pertimbangan penting dalam proses pembelian. Temuan ini sejalan dengan rumusan masalah pertama mengenai alasan mahasiswa dalam membeli pakaian *thrifting*.

Munculnya kata “sering”, “menggunakan”, “media sosial”, dan “teman” juga memberikan gambaran bahwa aktivitas membeli pakaian *thrifting* telah menjadi bagian dari pola konsumsi dan gaya hidup sebagian mahasiswa. Media sosial dan lingkungan pertemanan berperan dalam membentuk minat serta keputusan pembelian, sedangkan frekuensi pembelian yang dilakukan informan menunjukkan adanya perbedaan pola konsumsi antara satu mahasiswa dengan mahasiswa lainnya. Temuan ini berkaitan dengan rumusan masalah kedua mengenai makna pembelian pakaian *thrifting* dalam konteks perilaku konsumsi mahasiswa.

Selain itu, kemunculan kata-kata seperti “kebutuhan”, “menghemat”, “tertarik”, dan “sering” menunjukkan adanya variasi

perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa. Sebagian informan membeli pakaian *thrifting* karena pertimbangan kebutuhan dan penghematan, sedangkan sebagian lainnya dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap model pakaian, tren, maupun faktor lingkungan sosial. Variasi temuan tersebut menjadi dasar bagi peneliti dalam mengidentifikasi tipologi perilaku mahasiswa dalam membeli pakaian *thrifting* serta menganalisisnya berdasarkan perspektif konsumsi Islam menurut Al-Ghazali, khususnya terkait orientasi kebutuhan, kemanfaatan, kesederhanaan, serta kecenderungan perilaku konsumsi yang berlebihan. Kategori dan tema yang dihasilkan peneliti dari data wawancara adalah:

Gambar 4.4
Kode dan Tema Nvivo Hasil Wawancara Informan



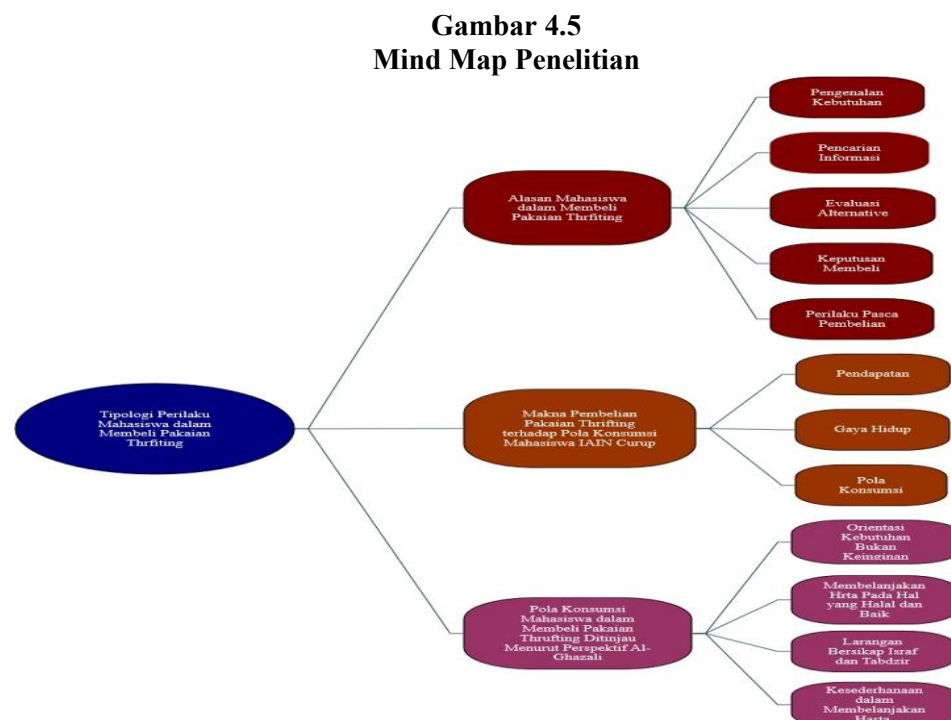
Sumber: Project Nvivo 12

3. Memvisualisasi Data

Langkah selanjutnya adalah memvisualisasikan data, yaitu mulai melakukan berbagai bentuk analisis terhadap data tersebut. Proses visualisasi data dapat membantu peneliti memahami gambaran umum perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting*.

4. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Setelah proses pengkodean, kategorisasi, dan visualisasi data dilakukan, tahap selanjutnya adalah menyusun serta menginterpretasikan temuan penelitian untuk memperoleh kesimpulan yang sesuai dengan fokus penelitian. Kesimpulan tersebut disusun berdasarkan pola-pola, hubungan, dan tema yang muncul dari data hasil wawancara yang telah dianalisis. Untuk mempermudah proses analisis dan visualisasi data, peneliti memanfaatkan aplikasi Nvivo 12. Melalui aplikasi ini, data hasil wawancara dapat dikelompokkan ke dalam kategori dan tema tertentu sehingga memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi tipologi perilaku mahasiswa dalam membeli pakaian *thrifting*. Adapun hasil analisis data yang divisualisasikan dalam bentuk mind map menggunakan Nvivo 12 dapat dilihat pada gambar berikut.



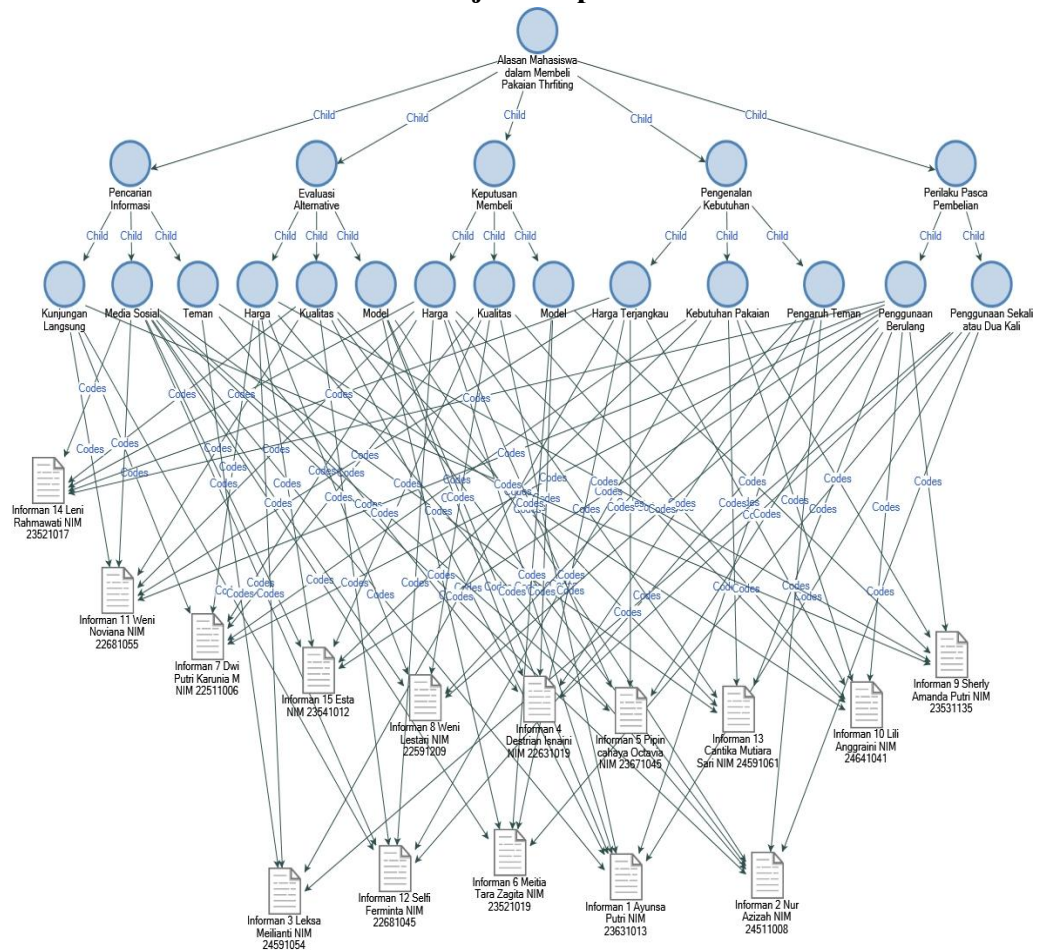
Sumber: Project Nvivo 12

Berdasarkan Gambar 4.1, dapat diketahui bahwa penelitian ini berfokus pada tipologi perilaku mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* yang dianalisis melalui tiga aspek utama. Aspek pertama adalah alasan mahasiswi membeli pakaian *thrifting* yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian. Aspek kedua adalah makna pembelian pakaian *thrifting* terhadap pola konsumsi mahasiswi yang mencakup pendapatan, gaya hidup, dan pola konsumsi. Aspek ketiga adalah pola konsumsi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* yang ditinjau menurut perspektif Al-Ghazali, meliputi orientasi konsumsi berdasarkan kebutuhan, membelanjakan harta pada hal yang halal dan baik, larangan bersikap israf dan tabdzir, serta kesederhanaan dalam membelanjakan harta. Ketiga aspek tersebut menjadi dasar dalam mengidentifikasi dan memahami tipologi perilaku konsumsi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* yang kemudian dianalisis lebih lanjut berdasarkan data hasil wawancara dengan informan penelitian.

1. Alasan Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dalam Membeli Pakain *Thrifting*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan mahasiswi IAIN Curup membeli pakaian *thrifting* dipengaruhi oleh harga terjangkau, kualitas pakaian, model yang menarik, pengaruh teman, dan media sosial. Berikut adalah gambar Project Map dari Nvivo 12:

**Gambar 4.6
Project Map**



Sumber: Project NVivo 12

Berdasarkan hasil analisis NVivo, media sosial, harga terjangkau, kualitas, dan pengaruh teman merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk perilaku pembelian mahasiswa. Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku pembelian konsumen Kotler dan Keller. Pada tahap pengenalan kebutuhan, sebagian mahasiswa membeli pakaian *thrifting* karena memang membutuhkan pakaian baru sebagai pengganti pakaian yang sudah tidak layak digunakan. Namun, sebagian mahasiswa lainnya mulai tertarik membeli pakaian *thrifting* setelah melihat teman atau konten media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan

pembelian tidak hanya muncul dari faktor internal, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa lingkungan sosial dan media digital.

Berkaitan dengan tahap pencarian informasi, mayoritas informan memperoleh informasi melalui Instagram, TikTok, marketplace, dan rekomendasi teman. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber informasi utama mahasiswi dalam mencari produk *thrifting*. Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Haryanti dan Falah yang menemukan bahwa perkembangan *thrifting* di kalangan mahasiswi dipengaruhi oleh tren dan gaya hidup yang berkembang melalui media sosial.¹¹⁰

Selanjutnya, pada tahap evaluasi alternatif, mahasiswi mempertimbangkan harga, kualitas, dan model pakaian sebelum membeli. Mereka berusaha memperoleh pakaian yang memiliki kualitas baik dengan harga yang lebih murah dibandingkan pakaian baru. Hal ini menunjukkan adanya perilaku rasional dalam proses pembelian karena mahasiswi mempertimbangkan manfaat yang akan diperoleh dari barang yang dibeli.

Tahap keputusan pembelian, harga menjadi faktor yang paling dominan. Sebagian besar mahasiswi memilih pakaian *thrifting* karena dianggap lebih hemat dan sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswi. Selain harga, model pakaian yang unik dan kualitas yang masih baik juga menjadi alasan penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

¹¹⁰ Indri Haryanti dan Asep Miftahul Falah, “Fenomena *Thrifting* Sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung,” *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), (2023): 205–221, <https://doi.org/10.26742/atrat.v11i2.3188>.

Sementara itu, pada tahap perilaku pasca pembelian, sebagian mahasiswi merasa puas karena mendapatkan pakaian yang unik dan murah. Namun, terdapat pula mahasiswi yang hanya menggunakan pakaian tersebut satu atau dua kali setelah pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pembelian dilakukan berdasarkan kebutuhan, tetapi sebagian dipengaruhi oleh ketertarikan sesaat terhadap model pakaian.

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa alasan mahasiswi membeli pakaian *thrifting* merupakan kombinasi antara faktor ekonomi, sosial, dan psikologis. Faktor ekonomi terlihat dari pertimbangan harga dan kualitas, sedangkan faktor sosial terlihat dari pengaruh teman dan media sosial.

2. Makna Pembelian Pakaian *Thrifting* di Kalangan Mahasiswi IAIN Curup

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi memaknai pembelian pakaian *thrifting* melalui tiga aspek utama, yaitu pendapatan, gaya hidup, dan pola konsumsi. Berikut adalah hasil project Nvivo 12:



Berdasarkan hasil analisis NVivo, makna yang paling dominan adalah menghemat pengeluaran, memperoleh pakaian yang unik, dan memenuhi kebutuhan berpakaian. Dari aspek pendapatan, mayoritas mahasiswi memandang pakaian *thrifting* sebagai alternatif untuk

menghemat pengeluaran. Harga yang relatif murah memungkinkan mahasiswa memperoleh pakaian yang masih layak pakai tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Temuan ini menunjukkan bahwa *thrifting* dipandang sebagai solusi ekonomis bagi mahasiswi dalam memenuhi kebutuhan berpakaian.

Dari aspek gaya hidup, pakaian *thrifting* dimaknai sebagai sarana untuk menunjang penampilan dan mengikuti perkembangan *tren fashion*. Banyak mahasiswi menganggap bahwa pakaian *thrifting* memiliki model yang unik dan berbeda dengan pakaian yang dijual secara umum di pasaran. Keunikan tersebut membuat mahasiswi merasa lebih percaya diri ketika menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmalia yang menemukan bahwa *thrifting* memiliki makna simbolik sebagai bentuk ekspresi identitas diri dan adaptasi terhadap tren sosial. Mahasiswi tidak hanya melihat pakaian *thrift* sebagai barang konsumsi, tetapi juga sebagai media untuk membangun citra diri dan meningkatkan kepercayaan diri dalam lingkungan sosial.¹¹¹

Sementara itu, dari aspek pola konsumsi, ditemukan bahwa sebagian mahasiswi membeli pakaian *thrifting* berdasarkan kebutuhan, sedangkan sebagian lainnya membeli karena keinginan, tren, atau ketertarikan terhadap model tertentu. Bahkan terdapat mahasiswi yang melakukan pembelian secara spontan ketika menemukan pakaian yang dianggap menarik. Kondisi ini menunjukkan bahwa makna pembelian

¹¹¹ Ragil Nur Rahmalia, "*Thrifting* Di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku *Thrifting* Di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti" (Skripsi, Jurusan Antropologi Dan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh), 2024.

pakaian *thrift*ing tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan kebutuhan sosial dan psikologis.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa bagi mahasiswi, pakaian *thrift*ing bukan hanya berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan berpakaian, tetapi juga menjadi sarana untuk menghemat pengeluaran, membangun kepercayaan diri, serta mengekspresikan identitas melalui gaya berpakaian.

3. Perilaku Konsumsi Mahasiswi dalam Membeli Pakaian *Thrift*ing Ditinjau Menurut Prinsip Konsumsi Islam Perspektif Al-Ghazali

Menurut Al-Ghazali, konsumsi yang baik adalah konsumsi yang berorientasi pada kebutuhan, dilakukan secara sederhana, serta menghindari perilaku berlebihan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*).¹¹² Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrift*ing memiliki tingkat kesesuaian yang berbeda terhadap prinsip tersebut.

Temuan pada indikator orientasi konsumsi berdasarkan kebutuhan menunjukkan sebagian mahasiswi membeli pakaian *thrift*ing karena memang membutuhkan pakaian yang layak pakai dan mempertimbangkan manfaat barang yang dibeli. Kelompok ini menunjukkan perilaku konsumsi yang sesuai dengan pandangan Al-Ghazali karena menjadikan kebutuhan sebagai dasar utama dalam pembelian. Namun, terdapat pula mahasiswa yang membeli pakaian *thrift*ing karena tertarik pada model,

¹¹² Catharina Vista Okta Frida, "*Pengantar Ekonomi Islam*" (Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca, 2020), 112.

mengikuti tren, atau karena dorongan keinginan. Bahkan beberapa informan mengaku sering membeli pakaian secara spontan ketika menemukan pakaian yang dianggap menarik. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian perilaku konsumsi mahasiswa masih didorong oleh keinginan dibandingkan kebutuhan. Hal tersebut berkaitan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: *"Dan orang-orang yang apabila membelanjakan harta, mereka tidak berlebihan dan tidak pula kikir, tetapi berada di tengah-tengah antara keduanya." (QS. Al-Furqan 25: 67)*¹¹³

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam mengajarkan keseimbangan dalam konsumsi, yaitu tidak berlebihan dan tidak pula terlalu membatasi diri.

Sementara itu, pada indikator larangan israf dan tabdzir ditemukan bahwa beberapa mahasiswi membeli pakaian karena tergoda harga murah, model unik, atau tren yang sedang berkembang. Akibatnya, sebagian pakaian hanya digunakan satu atau dua kali. Perilaku ini menunjukkan adanya kecenderungan konsumtif yang kurang sesuai dengan prinsip Al-Ghazali. Sebaliknya, mahasiswi yang membeli pakaian sesuai kebutuhan, mempertimbangkan manfaat, serta mengontrol pengeluaran menunjukkan perilaku yang lebih dekat dengan konsep kesederhanaan yang diajarkan Al-Ghazali. Mereka memanfaatkan pakaian *thrifting* sebagai alternatif yang ekonomis tanpa mengabaikan manfaat dan kebutuhan.

¹¹³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *"Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019"* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 520.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, perilaku konsumsi mahasiswi dalam membeli pakaian *thrifting* berada pada dua kecenderungan utama, yaitu perilaku yang berorientasi pada kebutuhan dan perilaku yang berorientasi pada keinginan. Perbedaan inilah yang kemudian membentuk tipologi perilaku mahasiswi dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, berikut kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian ini.

1. Alasan mahasiswi IAIN Curup membeli pakaian *thrifting* dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor ekonomi, sosial, dan psikologis. Pengaruh teman sebaya dan media sosial menjadi stimulus utama, sedangkan harga yang terjangkau dan kualitas pakaian yang masih baik menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian.
2. Mahasiswi IAIN Curup memaknai pembelian pakaian *thrifting* sebagai cara menghemat pengeluaran, memenuhi kebutuhan berpakaian, serta mengekspresikan gaya hidup dan identitas diri. Dalam pola konsumsi, sebagian membeli berdasarkan kebutuhan, sementara sebagian lainnya terdorong oleh keinginan sesaat.
3. Berdasarkan perspektif konsumsi Islam Al-Ghazali, perilaku mahasiswi terbagi menjadi dua tipologi. Tipologi pertama adalah mahasiswi yang membeli berdasarkan kebutuhan, sehingga sesuai dengan prinsip konsumsi Islam yang mengutamakan kemanfaatan, kesederhanaan, dan menghindari israf serta tabzir. Tipologi kedua adalah mahasiswi yang membeli berdasarkan keinginan berlebihan, sehingga berpotensi mengarah pada perilaku konsumsi yang kurang sesuai dengan prinsip Al-Ghazali karena pembelian tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan.

B. Saran

1. Bagi mahasiswi IAIN Curup, diharapkan lebih bijak dalam membeli pakaian *thrift* dengan mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan serta menerapkan prinsip konsumsi Islam agar terhindar dari perilaku israf dan tabzir.
2. Bagi pihak IAIN Curup, diharapkan dapat meningkatkan edukasi mengenai literasi keuangan dan konsumsi Islam sehingga mahasiswi mampu menerapkan pola konsumsi yang lebih rasional, seimbang, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai perilaku konsumsi pakaian *thrift* dengan menggunakan pendekatan yang berbeda, melibatkan jumlah informan yang lebih luas, atau mengkaji faktor-faktor lain seperti literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afriany, Nonie. *Ekonomi Mikro Islam*. Depok: Rajawali Press, 2021.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV. Alfabeta, 2018.
- Artawa, Ketut, dan Jufrizal. *Tipologi Linguistik: Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Denpasar: Pustaka Larasan, 2018.
- Balaka, Muhammad Yani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Widina Bhakti Persada, 2022.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Frida, Catharina Vista Oka. *Pengantar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca, 2020.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Ismail, Muhammad Ilyas, dan Nurfikriyah Irhashih Ilyas. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2023.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Manzilati, Asfi. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Metode, Dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press, 2017.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Nurohman, Dede. *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras, 2001.
- Schiffman, Leon G., and Joseph L. Wisenblit. *Consumer Behavior*. Boston: Pearson Education, 2015.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Sumar'in. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Dan Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Tarigan, Azhari Akmal. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Cipta Pustaka Media, 2006.

Warsah, Idi. *Pedoman Akademik IAIN Curup 2022*. Curup, 2022.

Weber, Max. *The Methodology of the Social Sciences*. New York: Free Press, 1949.

Jurnal

Afrina, Dita. "Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam." *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2019): 23. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.1.1088>.

Arsih Amalia Chandra Permata, and Sudarmiatin Sudarmiatin. "The Influence of Lifestyle, Consumptive Behavior and Brand Awareness on Used Clothing Purchase Decisions." *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)* 2, no. 3 (2024): 353-66. <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v2i3.96>.

Bali, M. "Tipologi Interaksi Sosial Dalam Meningkatkan Karakter Disiplin Siswa. Edureligia: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Vol. 4)." *Jurnal Pendidikan Agama Islam* 04, no. 01 (2020): 47-62. <https://risbang.unuja.ac.id/media/arsip/berkas-penelitian/97.pdf>.

Desi Fitriana, dan Hanik Fitriani. "Pengaruh Pendapatan Tenaga Kerja Indonesia Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Ponorogo Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 5, no. 2 (2025): 371-84. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v5i2.4914>.

Gevana Ardrarani. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas *Thrift*ing." *Independent: Journal of Economics* 3.1 (2023): 42-52. Volume 3, no. 2018 (2023): 42-52.

Habibi, Mohammad. "Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 2, no. 1 (2022): 88-104. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1277>.

Haryanti, Indri, dan Asep Miftahul Falah. "Fenomena *Thrift*ing Sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung." *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 205-221., 2023. <https://doi.org/10.26742/atrak.v11i2.3188>.

Hermawan. "Peran *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk." *Jsmb* 6, no. 2 (2019): 57. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>.

Huda, Nurul, and Parman Komarudin. "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Minat

- Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pusat Baju Bekas Banjarmasin,” 2023, 7–8. <https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimpa/article/view/155>.
- Indranata, Charisma Jalil. “Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi Dalam Islam.” *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 22, no. 01 (2022): 59–81. <https://doi.org/10.32939/islamika.v22i01.1094>.
- Mohamad Basuni, Roby Setiadi, Gian Fitralisma, dan Syariefful Ikhwan. “Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shoppe.” *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2023): 10–18. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.873>.
- Muzaiyin, Alwi Musa, Ali Mahmud, dan Ainun Umi Khabibah. “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Pakaian Bekas Impor/Thrifting (Studi Kasus Di Area Thrifting Samudera Kota Kediri).” *Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2024): 1-10.
- Ningsih, Ayu, Syarif Hidayatullah, Idrisi Raliya Putra, Dita Miftah, dan Reni Diah Afi Saniah. “Analisis Perilaku Pelanggan Dalam Pembelian Pakaian Bekas (Thrifting) Di Pasar Senen Jakarta.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis* 3, no. 3 (2025): 102-11. <https://doi.org/10.60023/56g5ma64>.
- Nugroho, Latif Setyo. “Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa.” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 (2023): 20-27. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i3.4624>.
- Nurhasanah, Anisa’, Tamadar Khansa Habsari, Ragil Binti Min Bashiiroh, Faris Adi Sasono, Alfieri Vittorio, dan Babullah Babullah. “Pengaruh E-WOM Dan Price Terhadap *Intention to Buy* Konsumen Thrifting Gen Z Solo Raya.” *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 4 (2026): 8297-8305. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4980>.
- Nurmaitsa, Syifa, Putri Sunandar “Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Pada E-Commerce Shopee Selama Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Perilaku Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Tasikmalaya).” *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* | 2, no. 1 (2021): 2021. <https://ijabo.a3i.or.id>.
- Rahmalia, Ragil Nur. “Thrifting Di Kota Lhokseumawe : Studi Fenomenologi Terkait Perilaku Thrifting Di Masyarakat Kecamatan Banda Sakti.” (Skripsi, Jurusan Antropologi Dan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh), 2024.
- Ramdani, Adam. “Pengaruh Teori Konsumsi Menurut Pandangan Imam Al-Ghazali Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Stebis IGM Palembang.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)* Volume 5, no. X (2025): 195-200. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v5i2.745>.

- Sham, Rahman. "Influence of Thrifting Products Purchasing Behavior: Cases of Young Adults in Indonesia." *Environment-Behaviour Proceedings Journal* 9, no. 27 (2024): 369–76. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v9i27.5713>.
- Spradley, dan Miles Huberman. "Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif." *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 77-84. <https://pub.nuris.ac.id/journal/jomaa/article/view/93>.
- Sproles, George, and Elizabeth Kendall. "A Methodology for Profiling Consumers' Decision-Making Styles." *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 20, No. 2 (1986).
- Stianawati, Sari Tri, dan Dyah Permata Budi Asri. "Analisis Hukum Terhadap Praktik Perdagangan Pakaian Bekas Impor (Thrifting) Pada Platform Tokopedia Di Indonesia (Studi Kasus Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Alat Deteksi Transaksi Ilegal)." *Almufi Jurnal Sosial Dan Humaniora* 2, no. 2 (2025): 39-51. <https://doi.org/10.63821/ash.v2i2.448>.
- Sudirman, Misdalita, Sasterio, dan Sulfitri Husain. "Pengawasan Aktivitas Penjualan Pakaian Bekas Impor ' Cakar ' Di Kota Palu." *Reinventing: Jurnal Ilmu Pemerintahan* 6, no. 1 (2024): 200-211. <https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/reinventing/id/article/view/1362>.
- Syahputri, Nur Mustika, dan Marliyah Marliyah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping Di Kalangan Mahasiswa UINSU." *Jesya* 6, no. 1 (2023): 282-96. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>.

L

A

M

P

I

R

A

N

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Curup)

A. Biodata Peneliti

Nama : Septi Riskiana
NIM : 22681047
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam

B. Identitas Informan

Nama :
Prodi :
Fakultas :
Semester :
Angkatan :
Jenis Kelamin :

No.	Pertanyaan Peneliti	Indikator	Pertanyaan
1.	Apa alasan yang melatarbelakangi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup dalam membeli pakaian <i>thrifting</i> ?	Pengenalan kebutuhan	1. Bagaimana awal mula Anda tertarik membeli pakaian <i>thrifting</i> ? 2. Apakah Anda membeli pakaian <i>thrifting</i> berdasarkan kebutuhan atau karena tertarik pada model dan tren tertentu?
		Pencarian informasi	3. Bagaimana cara anda mencari informasi tentang pakaian <i>thrifting</i> sebelum membeli? 4. Bagaimana pengaruh teman, media sosial, atau lingkungan terhadap ketertarikan anda membeli pakaian <i>thrift</i> ?

		Evaluasi alternatif	5. Apa saja yang biasanya anda pertimbangkan sebelum membeli pakaian <i>thrift</i>? 6. Bagaimana anda menilai apakah pakaian <i>thrift</i> yang dibeli benar-benar bermanfaat dan sesuai kebutuhan Anda?
		Keputusan pembelian	7. Faktor apa yang paling mempengaruhi keputusan Anda saat membeli pakaian <i>thrifting</i>? 8. Bagaimana Anda menentukan jumlah pakaian <i>thrifting</i> yang akan dibeli dan bagaimana cara Anda mengatur pengeluaran saat membeli pakaian <i>thrifting</i>?
		Perilaku pasca pembelian	9. Bagaimana perasaan anda setelah membeli dan menggunakan pakaian <i>thrifting</i>? 10. Apakah seluruh pakaian <i>thrifting</i> yang Anda beli digunakan dalam kehidupan sehari-hari atau hanya dipakai sekali duakali saja ?
2.	Bagaimana makna pembelian pakaian <i>thrifting</i> di kalangan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup dalam konteks perilaku konsumsi mereka?	Pendapatan	11. Bagaimana kondisi uang saku atau pendapatan mempengaruhi kebiasaan anda membeli pakaian <i>thrift</i>? 12. Menurut Anda, apakah pakaian <i>thrifting</i> membantu menghemat pengeluaran? Jelaskan.

		Gaya Hidup	13. Menurut anda, apa manfaat yang anda rasakan dalam menggunakan pakaian <i>thrift</i>ing bagi penampilan sehari-hari Anda? 14. Menurut anda, penggunaan pakaian <i>thrift</i>ing apakah membuat Anda lebih percaya diri? Jelaskan.
		Pola Konsumsi	15. Apakah Anda pernah membeli pakaian <i>thrift</i>ing secara spontan tanpa direncanakan sebelumnya? Jelaskan. 16. Menurut pengalaman anda, apakah anda membeli pakaian <i>thrift</i>ing itu karena kebutuhan atau karena keinginan? 17. Bagaimana Anda memaknai kebiasaan membeli pakaian <i>thrift</i>ing dalam kehidupan sehari-hari sebagai mahasiswa?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 649/In.34/FS.02/PP.00.9/11/2025

Pada hari ini Kamis Tanggal 27 Bulan November Tahun 2025 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama/ NIM : Septi Riskiana / 22681047
Prodi / Fakultas : Ekonomi Syariah / Syaria'ah & Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh Fashion Involvement dan Perceived Value Terhadap Impulse Buying Mahasiswa pada Pakcaraan Thnifting

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Umi Korbika
Pembimbing I : Dr. M. Sholihin, M.S.I
Pembimbing II : Dr. Hendianto, M.A.

Berdasarkan analisis kedua calon Pembimbing serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Penelitian belum masuk keranah ekonomi syariah, pilihan sumber data masukkan diluar fakultas syariah seperti tarbiyah, perilaku impulsive alasan mahasiswa membeli pakaian thnifting, uah metode kualitatif.
2. Informan dalam proposal belum jelas
3.
4.
5.
6.

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 11 bulan Desember tahun 2025, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 27 November 2025

Moderator

Umi Korbika
(Umi Korbika)

Pembimbing I

Dr. M. Sholihin, M.S.I
NIP.

Pembimbing II

NIP.

NB :

Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua pembimbing silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syaria'ah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua pembimbing.



IAIN CURUP

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 271 Tahun 2025

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang :** 1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk disertai tugas tersebut.
- Mengingat :** 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor : 0699/In.34/R/KP.07.6/09/2023 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

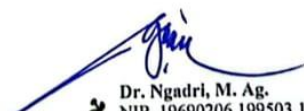
- Menetapkan** : Menunjuk saudara:
Pertama : 1. Dr. M. Sholihin, M.S.I Nip. 19840218 201903 1 005
2. Dr. Hendrianto, MA NIP. 19870621 202321 1 022

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Septi Reskiana
NIM : 22681047
PRODI/FAKULTAS : Ekonomi Syari'ah (ES) /Syari'ah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI : Tipologi Perilaku Manusia Dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Curup)

- Kedua :** Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : CURUP
Pada tanggal : 18 Desember 2025
Dekan,


Dr. Ngadri, M. Ag.
NIP. 19690206 199503 1 001

Tembusan :

1. Pembimbing I dan II
2. Bendahara IAIN Curup
3. Kabag AUAK IAIN Curup
4. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
5. Yang bersangkutan
6. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor : 211/In.34/FS/PP.00.9/05/2026
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : **Rekomendasi Izin Penelitian**

Curup, 04 Mei 2026

Kepada Yth,
Rektor IAIN Curup

Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Septi Riskiana
Nomor Induk Mahasiswa : 22681047
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Tipologi Perilaku Mahasiswa Dalam Membeli Pakaian Thrifting
(Studi kasus Mahasiswa IAIN Curup)
Waktu Penelitian : 04 Mei 2026 Sampai Dengan 04 Agustus 2026
Tempat Penelitian : IAINCurup

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan ,atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dekan

[Signature]
Dr. Ngadri, M. Ag.
NIP. 19690206 199503 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

**SURAT KETERANGAN
TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN**

Nomor : 275/In.34/FS/PP.00.9/ 06 /2026

Yang bertanda tangan dibawah ini :

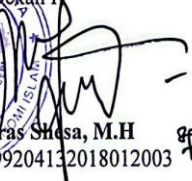
NAMA : **Dr. Laras Shesa, M.H**
NIP : 199204132018012003
Pangkat/Gol. Ruang : Lektor Kepala / III d
Jabatan : Wakil Dekan I Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : **Septi Riskiana**
NIM : 22681047
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Judul Penelitian : Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Curup)
Waktu Penelitian : 04 Mei 2026 Sampai Dengan 04 Agustus 2026
Tempat Penelitian : IAIN Curup

Telah selesai melaksanakan penelitian sesuai dengan judul penelitiannya berdasarkan surat izin yang di berikan dengan Nomor : 211/In.34/FS/PP.00.09/05/2026, dan mahasiswa tersebut telah menyampaikan hasil penelitiannya.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 10 Juni 2026
Wakil Dekan I

Dr. Laras Shesa, M.H
NIP. 199204132018012003





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Geetha Ristiana
NIM : 22681043
Program Studi : Ekonomi Syariah
Mulai Bimbingan : Januari 2026
Judul Skripsi :

Pembimbing I : Dr. M. Sholihin, M.S.I
Pembimbing II : Dr. Hendrianto, M.A.
Akhir Bimbingan :

Pembimbing I			Pembimbing II		
Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
15/12/2025	Revisi BAB 1.2.3		09/03/2026	Bimbingan latar belakang	
02/01/2026	Rumusan Masalah Kajian Terdahulu		29/04/2026	Perbaikan latar belakang	
	Kajian Terdahulu		30/09/2026	Revisi Teori (BAB 1)	
	Acc Bab 1.2.3		04/08/2026	Bimbingan metodologi	
	Revisi Pedoman		01/05/2026	Acc BAB 123	
	Revisi Pedoman		12/05/2026	Bimbingan pedoman	
	BAB 4		06/06/2026	Acc Pedoman	
	BAB 5		03/06/2026	Bimbingan BAB IV	
9/09/2026	Acc 1 - 5				

Pembimbing I,

NIP

Curup, ... 20

Pembimbing II,

NIP

- Catatan : 1. Pada saat bimbingan, kartu ini harus diisi dan ditandatangani/Paraf oleh pembimbing
2. Kartu ini harus dilampirkan sebagai syarat pada saat mendaftar sidang
3. Materi bimbingan tertulis secara terinci tentang hal yang dibimbing

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Leksa Melianti
Nim : 24591054
Prodi : PGMI 4B
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 19 Mei 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 19 Mei 2026


.....
Leksa Melianti

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Azizah
Nim : 29511008
Prodi : PIAUD
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 10- Mei- 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026



Nur.....Azizah...

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Destrian Isnaini
Nim : 22631019
Prodi : Ps
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 19 Mei 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 19 Mei 2026


.....Destrian Isnaini.....

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pipin Cahaya Octavia
Nim : 23671045
Prodi : Hukum Tata Negara
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 10-05-2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026


.....
Pipin

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meitia . fara . Zagita
Nim : 23521019
Prodi : KPI
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 19 - Mei - 2026 . Selasa .

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026



.....
Meitia.f.z.

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Putri Karunia-IM
Nim : 22511006
Prodi : Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD)
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 19 Mei 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 16 Mei 2026



Dwi Putri Karunia-IM

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Weni Noviana
Nim : 22681055
Prodi : Ekonomi Syariah
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 19 Mei 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 20 Mei 2026



Weni Noviana

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Liri Anggraini
Nim : 26641041
Prodi : Bimbingan dan konseling pendidikan islam
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 20 Mei 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melaksanakan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifling (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026



.....

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sherly amanda Putri
Nim : 23531135
Prodi : PAI
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 20 Mei 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026


..... Sherly amanda P.

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Weni Lestari
Nim : 22591209
Prodi : P5mi
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 19-Mei - 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 19 Mei 2026



Weni Lestari

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SELFİ FERMİNEA
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 20 Mei 2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026


SELFİ FERMİNEA

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cantika Mutlara Sari
Nim : 24591061
Prodi : P6Mi
Jenis kelamin : perempuan
Tanggal Wawancara : 21 Mei 2016

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melangkukan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 21 Mei 2026



.....
Cantika

SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Esta Nurianti
Nim : 23651006
Prodi : IAT
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 21 Mei 2026

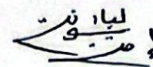
Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melaksanakan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026

.....


SURAT KETERANGAN SUDAH DIWAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayunsa Putri
Nim : 23631013
Prodi : Perbankan Syariah
Jenis kelamin : Perempuan
Tanggal Wawancara : 19-Mei-2026

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Septi Riskiana
Nim : 22681047
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah benar-benar melaksanakan wawancara selama proses penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Tipologi Perilaku Mahasiswa dalam Membeli Pakaian Thrifting (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Curup)

Demikian Surat ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Mei 2026


Ayunsa Putri.....

DOKUMENTASI WAWANCARA

(Wawancara dengan Nur Azizah)



(Wawancara dengan Destrian Isnaini)



(Wawancara dengan Leksa Meilanti)



(Wawancara dengan Weni Lestari)



(Wawancara dengan Pipin Cahaya Octavia)



(Wawancara dengan Ayunsa Putri)



(Wawancara dengan Meitia Tara Zagita)



(Wawancara dengan Leni Rahmawati)



(Wawancara dengan Weni Noviana)



(Wawancara dengan Selfi Ferminta)



(Wawancara dengan Dwi Putri Karunia)



(Wawancara dengan Lili Anggraini)



BIODATA PENULIS



Septi Riskiana, lahir di Kendal pada tanggal 16 September 2004. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, putri dari pasangan Bapak Fajri dan Ibu Surani. Riwayat pendidikan formal penulis diawali pada jenjang Madrasah Ibtidaiyah (MI) di MI Muhammadiyah Pagersari pada tahun 2010. Dalam perjalanan pendidikan dasarnya, penulis kemudian melanjutkan dan menyelesaikan pendidikan di SDN 280 SP 1 Mahalona hingga lulus pada tahun 2016. Perpindahan tempat pendidikan pada jenjang dasar tersebut tidak menyurutkan semangat belajar penulis, melainkan menjadi bagian dari proses adaptasi yang membentuk kemandirian penulis sejak usia dini. Selepas menamatkan pendidikan dasar, penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 3 Towuti dan menyelesaikannya pada tahun 2019. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan menengah atas di SMA Negeri 13 Luwu Timur dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2022. Pada tahun yang sama, yakni tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, dengan Program Studi Ekonomi Syariah. Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi, penulis berupaya menyelesaikan studi dengan sungguh-sungguh sebagai wujud tanggung jawab akademik sekaligus bentuk bakti kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan penuh selama proses pendidikan berlangsung. Sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.), penulis menyusun skripsi hingga akhirnya menyelesaikan studi pada tahun 2026.