

**ESTIMASI FUNGSI PERMINTAAN DAN ELASTISITAS PERMINTAAN BRAND IMPORT THRIFT
OLEH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA**

I Putu Eka Suryawan^{1S}

I Made Endra Kartika Yudha²

^{1,2}*FakultasEkonomidanBisnisUniversitasUdayana (Unud), Bali, Indonesia*

ABSTRAK

Fenomena peningkatan popularitas pakaian thrift, terutama di kalangan mahasiswa, mencerminkan perubahan perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh kesadaran lingkungan dan tren fashion berkelanjutan. Banyak mahasiswa beralih ke pakaian bekas impor karena alasan ekonomi, mengingat terbatasnya anggaran yang sering bergantung pada uang saku. Selain faktor harga, variabel lain seperti pengeluaran untuk bensin dan pulsa juga memengaruhi keputusan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh uang saku, harga baju bekas dan baru, serta konsumsi bensin dan pulsa terhadap permintaan brand import thrift di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Menggunakan analisis regresi linier, data dikumpulkan dari 94 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan baju bekas, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 72,1%. Secara individu, uang saku, harga baju bekas, dan harga baju baru berpengaruh positif signifikan, sementara konsumsi bensin dan pulsa tidak memengaruhi permintaan.

Kata kunci: *uang saku, harga baju bekas, harga baju baru, konsumsi bensin, konsumsi pulsa, permintaan brand import thrift*

Klasifikasi JEL: D12, C22, L67

ABSTRACT

The rising popularity of thrift clothing, particularly among students, highlights a shift in consumption behavior towards more affordable and environmentally conscious fashion choices. This trend is influenced by sustainable fashion and the limited budgets of students, often relying on allowances. Variables such as the price of second-hand and new clothes, as well as spending on fuel and phone credit, are crucial in understanding the demand for imported thrift brands. This study analyzes the impact of pocket money, the price of second-hand clothes, the price of new clothes, and fuel and phone credit consumption on the demand for imported thrift clothing among students at the Faculty of Economics and Business, Udayana University. Data was collected from 94 respondents using linear regression analysis. The results show that all independent variables significantly affect the demand for second-hand clothing, with an R^2 value of 72.1%. Specifically, pocket money, the price of second-hand clothes, and the price of new clothes have a significant positive impact on demand, while fuel and phone credit consumption do not.

keyword: *pocket money, second-hand clothing price, new clothing price, fuel consumption, mobile credit consumption, imported thrift brand demand*

Klasifikasi JEL: D12, C22, L67

PENDAHULUAN

Industri fashion di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama dengan munculnya fenomena produk thrift atau pakaian bekas yang dijual kembali. Tren ini tidak hanya menarik perhatian konsumen muda, tetapi juga telah menyentuh berbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa yang semakin selektif dalam memilih produk berdasarkan harga dan nilai keberlanjutan. Pakaian bekas impor, yang dikenal dengan harga yang lebih terjangkau dan kualitas yang relatif baik, menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin tetap tampil modis tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi.

Data dari Asosiasi Pengusaha Thrift Indonesia (APTI) menunjukkan bahwa pasar thrift Indonesia mengalami pertumbuhan pesat. Pada tahun 2022, nilai pasar pakaian thrift diperkirakan mencapai lebih dari Rp 2 triliun, dengan kelompok usia 18 hingga 30 tahun—yang mayoritas terdiri dari mahasiswa dan pekerja muda—menjadi penyumbang terbesar dalam tren ini. Permintaan terhadap produk thrift, khususnya di kalangan mahasiswa, semakin tinggi, yang mengindikasikan pentingnya pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan produk tersebut.

Salah satu faktor utama yang mendorong tren ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu keberlanjutan lingkungan. Industri fashion dianggap sebagai salah satu penyumbang utama pencemaran, sehingga membeli barang bekas menjadi alternatif yang lebih ramah lingkungan. Mahasiswa, yang dikenal lebih peka terhadap isu sosial dan lingkungan, semakin mengadopsi gaya hidup yang berfokus pada pembelian produk bekas. Fenomena ini mencerminkan perubahan pola pikir konsumen muda dalam memilih produk yang tidak hanya ekonomis tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan.

Dalam konteks ini, faktor-faktor ekonomi seperti harga, pendapatan, dan preferensi konsumen sangat memengaruhi permintaan terhadap produk thrift. Harga yang lebih rendah dibandingkan produk baru menjadi alasan utama mengapa banyak konsumen beralih ke barang bekas. Teori ekonomi mikro menjelaskan bahwa permintaan cenderung berbanding terbalik dengan harga, artinya semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan konsumen terhadap barang tersebut. Mahasiswa dengan pendapatan terbatas lebih cenderung memilih produk thrift karena harganya yang lebih terjangkau.

Berdasarkan fenomena yang ada, rumusan masalah penelitian ini mencakup dua hal

utama. Pertama, apakah secara simultan uang saku, harga baju bekas, harga baju baru, konsumsi bensin, dan konsumsi pulsa berpengaruh terhadap permintaan produk thrift di kalangan mahasiswa? Kedua, apakah secara parsial uang saku, harga baju bekas, harga baju baru, konsumsi bensin, dan konsumsi pulsa berpengaruh terhadap permintaan produk thrift di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana?

Dengan merumuskan masalah ini, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh simultan dari variabel-variabel tersebut terhadap permintaan produk thrift, serta untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tren konsumsi pakaian bekas di kalangan mahasiswa, serta untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana mahasiswa memilih produk thrift berdasarkan faktor ekonomi dan sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif, di mana peneliti bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara beberapa variabel yang relevan terhadap permintaan produk thrift. Dalam desain ini, variabel-variabel yang dipilih diukur dengan instrumen yang sesuai untuk mengumpulkan data, dan analisis statistik seperti regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah identifikasi masalah dan perumusan hipotesis untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Setelah itu, data dikumpulkan melalui observasi atau survei, yang kemudian dianalisis secara statistik untuk menguji kebenaran hipotesis. Proses analisis dan interpretasi hasil data bertujuan untuk memberikan jawaban atas rumusan masalah yang ada, diikuti dengan kesimpulan yang ditarik berdasarkan temuan penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, yang terletak di Kota Denpasar, Bali. Objek yang menjadi fokus utama adalah pengaruh harga dan brand impor thrift terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di kalangan mahasiswa. Variabel yang diteliti meliputi harga baju bekas, harga baju baru, uang saku, pendapatan, dan preferensi konsumen sebagai variabel independen yang diperkirakan mempengaruhi permintaan produk thrift sebagai variabel dependen. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa yang

pernah membeli produk thrift, serta data sekunder yang diperoleh dari referensi buku dan laporan sebelumnya

Variabel dalam penelitian ini mencakup beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian barang thrift oleh mahasiswa FEB Universitas Udayana. Uang saku (X1) mengacu pada dana yang diterima mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti makan, transportasi, dan keperluan akademik, yang dapat berasal dari orang tua, beasiswa, atau pekerjaan paruh waktu. Harga baju bekas (X2) adalah biaya yang dikeluarkan mahasiswa untuk membeli satu unit pakaian bekas dari berbagai sumber, seperti thrift shop atau platform online. Harga baju baru (X3) merujuk pada biaya yang dibayarkan mahasiswa untuk membeli pakaian baru dari toko ritel atau e-commerce, yang dipengaruhi oleh merek dan kualitas. Jumlah konsumsi bensin (X4) menggambarkan pengeluaran mahasiswa untuk bahan bakar kendaraan pribadi atau transportasi online, yang dipengaruhi oleh frekuensi perjalanan dan jarak tempuh. Jumlah konsumsi pulsa (X5) mencakup pengeluaran mahasiswa untuk pulsa atau paket data guna keperluan komunikasi dan internet. Terakhir, permintaan terhadap brand import thrift (Y) diukur berdasarkan kuantitas pembelian barang thrift oleh mahasiswa dalam satu bulan, yang dipengaruhi oleh faktor harga, pendapatan, dan preferensi konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan profil individu yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner dalam penelitian ini. Aspek-aspek yang termasuk dalam karakteristik responden adalah usia, jenis kelamin, semester, jurusan, dan asal daerah. Berdasarkan data yang dihimpun, mayoritas responden berusia 22 dan 23 tahun, masing-masing sebanyak 16 orang, yang mewakili 16,3% dari total responden. Usia 20 tahun juga mendominasi dengan jumlah responden 14 orang (14,3%), sementara jumlah responden termuda, yakni yang berusia 19 tahun, paling sedikit, yaitu sebanyak 7 orang (7,1%).

Terkait dengan jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki, dengan jumlah 59 orang (60,2%), sementara responden perempuan berjumlah 39 orang (39,8%). Dalam hal ini, perbedaan proporsi jenis kelamin kemungkinan disebabkan oleh kecenderungan pria memilih barang thrift sebagai alternatif ekonomis yang lebih fungsional dan praktis. Mengenai semester,

mayoritas responden berasal dari semester 5, yang mencapai 21 orang (21,4%), diikuti oleh semester 3 dengan 18 orang (18,4%). Sedangkan, semester 4 mencatatkan jumlah responden terendah, yakni 14 orang (14,3%). Berdasarkan jurusan, responden terbanyak berasal dari jurusan Manajemen, yakni sebanyak 29 orang (29,6%), disusul oleh jurusan Ekonomi Pembangunan dengan 25 orang (25,5%), serta Akuntansi dan Perpajakan masing-masing sebanyak 22 orang (22,4%). Asal daerah responden didominasi oleh mereka yang berasal dari Bali, sebanyak 88 orang (89,8%), sementara 10 orang (10,2%) berasal dari luar Bali, yang sesuai dengan lokasi kampus yang terletak di Bali.

Deskripsi Data Penelitian

Analisis data dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (mean) dari tanggapan responden terhadap setiap variabel dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel uang saku menunjukkan nilai minimum sebesar Rp250.000 dan maksimum Rp2.500.000, dengan rata-rata Rp1.352.040,82 dan standar deviasi yang cukup besar, yaitu Rp808.967,73, yang mengindikasikan adanya variasi yang signifikan dalam jumlah uang saku responden. Variabel harga baju bekas memiliki nilai minimum Rp25.000 dan maksimum Rp175.000, dengan rata-rata harga Rp102.551,02 dan standar deviasi sebesar Rp59.690,98, yang menunjukkan variasi yang cukup besar, namun tetap berada dalam rentang yang tidak terlalu luas.

Pada variabel harga baju baru, nilai minimum yang tercatat adalah Rp50.000 dan maksimum Rp350.000, dengan rata-rata Rp207.142,86 dan standar deviasi yang lebih tinggi, yaitu Rp111.225,60, yang mengindikasikan variasi harga yang lebih signifikan. Variabel jumlah konsumsi bensin menunjukkan nilai minimum Rp50.000 dan maksimum Rp350.000, dengan rata-rata konsumsi bensin sebesar Rp217.346,94 dan standar deviasi Rp108.195,61, menunjukkan bahwa ada variasi yang cukup besar antar responden, meskipun dalam batas yang cukup terkontrol. Untuk variabel jumlah konsumsi pulsa, nilai minimum tercatat Rp25.000 dan maksimum Rp175.000, dengan rata-rata Rp120.408,16 dan standar deviasi Rp53.287,17, yang menunjukkan bahwa data ini lebih terpusat di sekitar rata-rata. Terakhir, variabel jumlah permintaan baju bekas memiliki rata-rata permintaan sebesar 4,76 unit per bulan, dengan nilai

minimum 2 unit dan maksimum 7 unit, serta standar deviasi yang relatif rendah, yakni 1,99 unit, yang mengindikasikan bahwa jumlah permintaan baju bekas cenderung seragam di antara responden.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa dalam model regresi linier tidak terdapat masalah yang dapat mempengaruhi hasil analisis, seperti korelasi antar variabel independen, kesamaan varians, atau hubungan yang tidak linier. Dalam penelitian ini, tiga uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yaitu 0,090. Artinya, distribusi residual data memenuhi asumsi normalitas dan memungkinkan untuk dilakukan analisis regresi lebih lanjut. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen. Nilai tolerance untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, yang menandakan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini. Sementara itu, uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah ketidaksamaan varians pada model regresi, karena nilai signifikansi untuk setiap variabel lebih besar dari 0,05, yang berarti model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 72,1% variasi dalam permintaan baju thrift dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen yang diteliti, yaitu uang saku, harga baju bekas, harga baju baru, konsumsi bensin, dan konsumsi pulsa. Sisanya, sebesar 27,9%, dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian, seperti tren mode dan promosi yang dilakukan oleh brand import thrift.

Uji F

Pengujian hipotesis dilakukan secara bersamaan menggunakan uji F-test. Uji statistik F bertujuan untuk menilai apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Dalam hal ini, uji F-test digunakan untuk menguji

hipotesis alternatif (H1), yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel seperti Uang Saku (X1), Harga Baju Bekas (X2), Harga Baju Baru (X3), Konsumsi Bensin (X4), dan Konsumsi Pulsa (X5) memberikan pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, yaitu Permintaan Brand Import Thrift. Hasil dari uji F pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1: Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

ANOVA ^a						
		Sum	of	Mean		
Model		Squares	df	Square	F	Sig.
1	Regression	0,249	5	267,883	69,202	0,001 ^b
	Residual	6,527	92	3,871		
	Total	6,776	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X4, X2, X1, X3

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$), derajat bebas pembilang (df numerator) 5, dan derajat bebas penyebut (df denominator) 92, diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,41. Sementara itu, nilai Fhitung yang diperoleh adalah 69,202. Karena Fhitung lebih besar daripada Ftabel ($69,202 > 2,41$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti Uang Saku (X1), Harga Baju Bekas (X2), Harga Baju Baru (X3), Konsumsi Bensin (X4), dan Konsumsi Pulsa (X5) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Permintaan Brand Import Thrift. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kelima variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap Permintaan Brand Import Thrift terbukti dan teruji kebenarannya.

Uji t**Tabel 2: Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t-Test)**

Variabel	B	T	Sig.
(Constant)	-0,548	-0,471	0,639
Uang Saku	0,253	3,085	0,019
Harga baju bekas	0,489	5,963	0,000
Harga baju baru	0,217	2,385	0,024
Jumlah Konsumsi bensin	0,099	1,086	0,28
Jumlah Konsumsi pulsa	0,079	0,787	0,433

Sumber : Data diolah 2024.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresinya menjadi

$$"Y = -0,548 + 0,253X_1 + 0,489X_2 + 0,217X_3 + 0,099X_4 + 0,079X_5 + e"$$

Pengaruh Uang Saku terhadap Permintaan Brand Import Thrift

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Uang Saku (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan Brand Import Thrift, dengan nilai thitung sebesar 3,085 yang lebih besar dari tabel 1,985, serta nilai Signifikansi (Sig.) sebesar 0,019 yang lebih kecil dari 0,05. Uang Saku menjadi sumber utama pendapatan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan sekunder seperti barang thrift. Semakin besar Uang Saku yang dimiliki, mahasiswa memiliki daya beli yang lebih tinggi dan cenderung membeli lebih banyak barang thrift. Barang thrift sering dipilih karena menawarkan produk yang ekonomis dan sesuai dengan gaya hidup mahasiswa yang berorientasi pada anggaran. Penelitian ini sejalan dengan temuan Rahayu (2020), yang mengungkapkan bahwa pendapatan individu mempengaruhi keputusan pembelian barang thrift di kalangan remaja dan mahasiswa, serta dengan pendapat Sukirno (2008) yang menyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar daya beli mereka terhadap barang fashion.

Pengaruh Harga Baju Bekas terhadap Permintaan Brand Import Thrift

Penelitian menunjukkan bahwa Harga Baju Bekas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan Brand Import Thrift dengan nilai thitung 5,963 lebih besar daripada ttabel

1,985, dan nilai Sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Harga barang thrift, terutama baju bekas, menarik konsumen karena dianggap memberikan nilai lebih dibandingkan dengan harga yang dibayarkan. Mahasiswa, khususnya, sering melihat barang thrift impor sebagai produk dengan kualitas unik. Meskipun harga baju bekas meningkat, permintaan tetap tinggi karena konsumen rela membayar lebih untuk produk yang memiliki keunikan atau nilai estetika tertentu. Hasil ini sejalan dengan penelitian Firmansyah (2019), yang menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap nilai barang thrift mempengaruhi keputusan pembelian meskipun harga naik. Kotler dan Keller (2016) juga menyebutkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga nominal, tetapi juga nilai yang dirasakan dari produk, yang sering kali terkait dengan keunikan dan kualitas barang. Suparmoko (2007) juga menyatakan bahwa barang substitusi akan lebih dipilih jika harga barang utama meningkat.

Pengaruh Harga Baju Baru terhadap Permintaan Brand Import Thrift

Hasil penelitian menemukan bahwa Harga Baju Baru (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Permintaan Brand Import Thrift, dengan nilai thitung 2,385 lebih besar dari ttabel 1,985, dan nilai Sig. 0,024 yang lebih kecil dari 0,05. Ketika harga baju baru meningkat, mahasiswa cenderung mencari alternatif yang lebih ekonomis untuk memenuhi kebutuhan fashion mereka. Barang thrift menjadi pilihan utama karena harganya yang lebih terjangkau namun tetap menawarkan kualitas dan gaya yang memadai. Barang thrift sering kali dianggap sebagai substitusi dari barang baru yang lebih mahal. Penelitian Suhartini (2021) juga menyimpulkan bahwa harga barang baru berpengaruh signifikan terhadap peningkatan konsumsi barang thrift, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa.

Pengaruh Konsumsi Bensin terhadap Permintaan Brand Import Thrift

Penelitian menunjukkan bahwa Konsumsi Bensin (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Brand Import Thrift, dengan thitung 1,086 lebih kecil dari ttabel 1,985, serta nilai Sig. 0,280 yang lebih besar dari 0,05. Pengeluaran untuk konsumsi bensin lebih berkaitan dengan kebutuhan transportasi mahasiswa daripada kebutuhan fashion. Mahasiswa umumnya mengalokasikan anggaran untuk bensin secara tetap, sehingga hal ini tidak memengaruhi anggaran untuk barang thrift. Pengeluaran untuk bensin dianggap sebagai

prioritas dan lebih mendesak dibandingkan dengan pembelian barang sekunder seperti barang fashion. Penelitian Tambunan (2002) juga menunjukkan bahwa pengeluaran untuk kebutuhan primer seperti transportasi memiliki hubungan yang lemah dengan konsumsi barang sekunder. Demikian pula, penelitian Rahmawati (2020) menyimpulkan bahwa konsumsi transportasi tidak secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian barang fashion.

Pengaruh Konsumsi Pulsa terhadap Permintaan Brand Import Thrift

Konsumsi Pulsa (X5) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Brand Import Thrift, dengan thitung 0,787 lebih kecil dari ttabel 1,985 dan nilai Sig. 0,433 lebih besar dari 0,05. Pengeluaran untuk pulsa dan data internet lebih banyak digunakan untuk kebutuhan komunikasi, pendidikan, atau hiburan yang tidak terkait langsung dengan pembelian barang thrift. Selain itu, pengeluaran pulsa cenderung tetap setiap bulannya, sehingga tidak mempengaruhi keputusan pembelian barang thrift secara signifikan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa pengeluaran untuk kebutuhan primer seperti komunikasi memiliki pengaruh minimal terhadap konsumsi barang sekunder, karena anggaran untuk kebutuhan ini sudah ditetapkan. Penelitian Sari (2018) juga menunjukkan bahwa pengeluaran untuk pulsa tidak berhubungan langsung dengan konsumsi barang fashion.

REFERENSI

- Sari, D., & Putri, I. (2020). Ekonomi Sirkular: Dampak Pembelian Baju Bekas Terhadap Ekonomi Masyarakat di Era Digital. *Berkala Ilmiah Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 15(2), 85-98.
- Wijaya, R., & Sutrisno, M. (2019). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Pakaian Bekas: Perspektif Ekonomi Pembangunan Berkelanjutan. *Berkala Ilmiah Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 14(3), 120-132.
- Haryanto, A. (2021). Peran Industri Pakaian Bekas dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Berkala Ilmiah Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 16(1), 55-70.
- Setiawan, B., & Tan, Y. (2021). Efek Pembelian Pakaian Bekas terhadap Perekonomian Lokal dan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Terkini*, 10(2), 105-115.
- Kusuma, A., & Wijaya, S. (2020). Perilaku Konsumen dalam Memilih Pakaian Bekas: Studi Kasus di Kota Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Terkini*, 9(3), 140-153.

- Putra, J., & Pratama, I. (2019). Penyebab dan Dampak Pembelian Pakaian Bekas di Kalangan Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Terkini*, 8(4), 122-134.
- Aulia, D., & Rudianto, B. (2021). Tren Ekonomi Sirkular dalam Industri Pakaian Bekas: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Terkini*, 11(1), 45-59.
- Syahputra, I., & Lestari, R. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Pembelian Pakaian Bekas dalam Konteks Ekonomi Pembangunan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Terkini*, 9(1), 98-110.