

BAB VI

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Penggunaan *fashion thrift* dilakukan oleh para pelanggan usia 20 sampai 30 tahun bukan hanya semata-mata mendapatkan barang murah, melainkan bagaimana kesadaran mereka memahamai fenomena *fashion thrift* sebagai fenomena sosial yang sedang ba yak digandrungi oleh banyak orang saat ini.

Menggunakan *fashion thrift* bagi para pelanggan merupakan sebagai bentuk respon dari fenomena sosial yakni fashion thrift. Memberikan respon terhadap fashion thrift sebagai fenomena sosial yakni menggunakan *fashion thrift*

para pelanggan secara sadar dengan perilaku dan aksi mereka yakni memberi respon berupa menggunakan *fashion thrift*. Yang dimulai dari motivasi atau dorongan dari dalam diri sendiri sehingga ditunjukkan dengan sebuah aksi. Motivasi tersebut yakni motivasi alasan dan motivasi tujuan

Dalam hal ini adalah Motivasi Penggunaan *Fashion Thrift* pada Pelanggan Di Toko *Thrift Dwiishoppiikoe* dengan menggunakan studi fenomenologi Alfred Schutz. Motivasi terbagi atas Motivasi alasan alasan positif dan negative, alasan positif terdiri yakni :Harga murah, model yang beragam, adanya rasa puas, dan terbuka pada pemilihan *fashion*. Sedangkan alasan negative terdiri dari :Obsesi dengan narga murah, dan tekanan sosial atau tren. Lalu yang kedua yakni Motivasi Tujuan terbagi atas tujuan positif dan tujuan negatif. Tujuan positif

terdiri dari Mengikuti tren, mengekspresikan diri, mendapatkan pakaian bekas dengan kualitas baik, dan kesadaran lingkungan. Dan tujuan negatif yakni yakni butuh validasi.

1.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terkait Motivasi Penggunaan Fashion *thrift* dengan menggunakan studi fenomenologi Alfred Schutz pada Pelanggan usia 20 sampai 30 tahun di Toko *Thrift* Dwiishoppikoe pada beberapa saran yang dapat peneliti jabarkan yakni sebagai berikut :

1. Bagi Konsumen (pelanggan/mahasiswa)

Jelajahi Berbagai Sumber *Thrift*: Jangan terpaku pada satu jenis toko *thrift*. Eksplorasi pasar loak, toko barang bekas online, atau bahkan acara tukar baju untuk memperluas pilihan dan menemukan barang-barang yang sesuai dengan gaya pribadi dan nilai Anda. Pertimbangkan Kualitas dan Potensi Modifikasi: Saat berbelanja *thrift*, perhatikan kualitas bahan dan kemungkinan modifikasi.

2. Bagi Bagi Akademisi Universitas Katolik Widya Mandira, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya terkait Motivasi Penggunaan *fashion Thrift* dengan menggunakan Teori Fenomenologi Alfred Schutz