

BAB I Pendahuluan

Latar Belakang

Pakaian termasuk kedalam kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi. Secara biologis, pakaian mempunyai fungsi untuk melindungi tubuh dari cuaca, sinar matahari, debu serta gangguan binatang, melindungi tubuh dari benda - benda lain yang membahayakan kulit, dan menutupi atau menyamarkan kekurangan pemakainya (Ernawati, 2008). Menurut Abdul Aziz Amr (1403 H, dalam Maknuna, 2015) menjelaskan salah satu fungsi pakaian mampu melindungi tubuh dari berbagai hal yang dapat memberikan pengaruh negatif pada manusia sehingga pakaian yang digunakan harus sesuai dengan situasi dan kondisi lingkungan agar tubuh terlindungi secara tepat dan maksimal.

Pakaian merupakan sesuatu yang dapat memperlihatkan seseorang dengan berbagai hal tentang siapa dirinya seperti status sosial, kepribadian, eksistensi diri, tujuan, aspirasi dan aspek psikologis lainnya (Richmond, 2004), dimana pakaian dianggap dapat mencerminkan kehidupan yang dijalani seseorang. Cara kita memilih pakaian dapat berfungsi sebagai suatu pernyataan, sebagai sarana untuk menunjukkan bahwa kita berasal dari kelompok tertentu yang berbagi sekumpulan ideal tertentu (Tambulana, 2013). Dalam penelitian Adam dan Galinsky 2012 tentang *Encloded Cognition*, menghasilkan penelitian bahwa ada pengaruh sistematis dari pakaian dengan proses psikologis pemakainya yang tergantung pada makna simbolis dan pengalaman fisik saat menggunakan suatu pakaian.

Pakaian bekas merupakan salah satu jenis barang yang diperjual belikan dalam bidang usaha pakaian. Dimana sebagian kalangan yang mengetahuinya menganggap produk tersebut masih layak untuk dipakai, dan masih bisa ia manfaatkan. Di beberapa daerah dapat ditemui unit usaha yang khusus menjual barang bekas berupa pakaian, entah itu bekas pakai, cacat pabrik sampai impor (Virano, Winarto & Andadari, 2008). Di setiap pasar yang menjual pakaian bekas, sebagian besar yang dijual merupakan hasil yang didapatkan melalui import

pakaian bekas dari berbagai negara. Tahun 2013, nilai Impor Pakaian Bekas dan Gombal mencapai USD 3,3 juta terdiri dari pakaian bekas sebesar 28 ton dan gombal sebanyak 684,5 ton (KEMENDAG, 2015). Menurut KBBI, Gombal diartikan sebagai kain yang sudah tua dimana bagian dari kain tersebut sudah ada yang robek atau cacat, bisa saja bentuknya berupa pakaian. Pengertian dari pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah dipakai oleh orang lain.

Seperti yang dikatakan oleh Tambulana (2013) bahwa saat mendengar kata pakaian bekas, pikiran negatif pasti lebih mendominasi daripada pikiran positif karena tidak semua orang mau untuk menggunakan pakaian bekas bahkan jika diberi dengan cuma-cuma. Sebab, pakaian bekas diidentikkan dengan pakaian yang tidak layak pakai, kotor, dan seharusnya dibuang. Selain itu masyarakat pada umumnya beranggapan bahwa hanya orang dari status ekonomi kelas bawah yang mengkonsumsi pakaian bekas karena keterbatasan yang dimilikinya. Namun kenyataannya, orang dengan beragam status ekonomi membeli pakaian bekas. Salah satunya Ingvar Kampard, merupakan salah satu orang terkaya didunia dengan kekayaan US\$ 71,8 diungkapkan oleh *Business Insider* United Kingdom, yang mengambil dari film dokumenternya yang diputar oleh Seden's TV4 dimana ia masih menggunakan pakaian bekas sampai sekarang untuk berhemat dan membentuk contoh yang baik (Smith, 2016). Kemudian, seorang Fashion Blogger asal Indonesia Sonia Eryka yang sering membeli pakaian bekas sejak SMP diberbagai tempat seperti Pasar Baru, Pasar Senen, sampai kota Tokyo, Jepang untuk mendapatkan kepuasan tersendiri untuk di *mix and match* (Ngantung, 2016). Pakaian bekas ternyata mempunyai daya tarik tersendiri pada sebagian orang selain dari ekonomi rendah. Dimana ketertarikannya didorong oleh motif yang berbeda-beda.

Pakaian bekas memiliki banyak kekurangan, namun bagi orang yang menganggap pakaian bekas itu masih memiliki kelebihan-kelebihan tersendiri yang sesuai dengan apa yang dicari dari konsumen. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumen pakaian bekas

tersebar diberbagai kalangan. Termasuk kalangan menengah seperti salah satunya mahasiswa yang berasal dari keluarga berkecukupan diberi fasilitas uang saku memadai, dan mereka mampu untuk membeli pakaian baru. Namun, tidak sedikit dari mereka memiliki kebiasaan untuk membeli pakaian bekas dengan berbagai motif. Hasil survei awal untuk mengetahui kebiasaan mahasiswa dalam membeli pakaian yang telah dilakukan kepada 201 mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung menunjukkan bahwa 116 (57.7%) mahasiswa suka membeli pakaian bekas dan sebanyak 85 (42.3%) mahasiswa yang menjawab tidak pernah membeli pakaian bekas.

Alasan yang muncul dalam survei tersebut diantaranya adalah bahwa mahasiswa tersebut ingin memiliki tampilan menarik dengan harga yang murah sebanyak 97 (83,6%) respon dari 116 respon. Mahasiswa yang ingin selalu tampil menarik karena mengikuti *trend* dari model busana akan selalu ingin mengikuti perkembangan agar terlihat lebih menarik dibandingkan orang sekitarnya. Sehingga dengan dana yang mereka miliki akhirnya memilih untuk membeli pakaian bekas yang dianggap bisa membantunya untuk lebih berpenampilan menarik. Mahasiswa merasa unik karena biasanya pakaian bekas hanya memiliki 1 stok untuk 1 model pakaian. Kemudian mereka menyatakan bahwa, menimbulkan rasa kebanggaan tersendiri saat bisa membeli pakaian bekas yang murah, namun produk tersebut menjadikan kesan dirinya tetap berpakaian menarik. Hal tersebut dikarenakan teman-teman disekitarnya memberikan respon positif berupa pujian terhadap apa yang ia kenakan. Dan pada akhirnya menjadikan perilaku membeli pakaian bekas sebagai kebiasaan karena mereka menyukainya.

Jika dilihat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Monita Nur Fitriani Tambulana tentang tren mengkonsumsi pakaian bekas dikalangan mahasiswi di Yogyakarta pada tahun 2013, menunjukkan bahwa mahasiswi memaknai konsumsinya atas pakaian bekas sebagai bentuk gaya hidup atas tren fashion tertentu. Pakaian bekas dipilih karena faktor

kualitas serta kuantitas. Faktor kualitas diantaranya, pakaian bekas yang tidak pasaran, bahannya yang berkualitas, modelnya yang sesuai dengan tren, sedangkan dari segi kuantitas yang dipertimbangkan adalah banyaknya pakaian yang diperoleh dengan harga yang murah. Teman bermain dan media massa berperan dalam mengenalkan para mahasiswi subjek penelitian atas konsumsi pakaian bekas. Pola konsumsi pakaian bekas terbentuk karena adanya proses meniru tren fashion. Konsumsi atas pakaian bekas tidak terbatas untuk mereka yang tidak mampu, nyatanya mahasiswi dari keluarga yang tergolong mampu juga mengkonsumsi pakaian bekas dengan berbagai alasan seperti keunikannya, mereknya, serta harganya yang murah sehingga menarik perhatian mahasiswi. Mengkonsumsi pakaian bekas bukan masalah bagi mahasiswi meskipun beberapa orang masih menganggapnya sebagai hal yang tidak wajar. Respon positif dari Teman-teman menjadi penambah faktor pendorong bagi mahasiswa untuk kembali mengkonsumsi pakaian bekas. Penelitian ini mengungkap kenyataan bahwa meskipun pakaian bekas dipandang negatif namun tetap digemari oleh segelintir anak muda.

Menjadi mahasiswa memang bebas menentukan pilihan dalam berpakaian sehari-hari, karena tidak ada patokan khusus. Mahasiswa tidak menggunakan seragam khusus seperti saat mereka masih dibangku sekolah, yang mengharuskan semua anak menggunakan pakaian dan atribut yang sama dari kepala hingga kaki. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, memberlakukan beberapa aturan diantaranya mewajibkan untuk menutup aurat yang tertera dalam Bab III tentang Kewajiban dan Hak Mahasiswa Pasal 3 ayat 6 pada Surat keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor Dj.I/225/2007 tentang Tata Tertib Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam (Lugina & Umaida, 2014), namun hal tersebut tidak menghalangi banyak mahasiswa menunjukkan bahwa dirinya merupakan seseorang yang mengikuti *trend* dan bisa dikatakan sebagai orang yang *stylish* dalam cara berpakaian. Hal ini dikarenakan dengan menutup aurat pun masih bisa mengikuti *trend* busana muslim terbaru

dan memadu padankan pakaian secara apik. Sehingga mahasiswa membutuhkan berbagai macam pakaian sesuai selera masing-masing untuk digunakan dalam kegiatan sehari-hari maupun kegiatan di kampus. Sumarwan (2014) dalam penelitiannya tentang deskripsi konsep diri mahasiswa menyatakan bahwa mereka melakukan pola konsumsi berlandaskan perhatiannya terhadap penampilan. Sehingga membuat mereka berusaha berpenampilan lebih dari dirinya yang sekarang baik dari segi perawatan tubuh, maupun dari segi berpakaian.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liska Nur Ripah (2016) tentang pengaruh kualitas produk dan harga diri terhadap keputusan membeli pakaian bekas mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh sebesar 45,29%. Harga diri mempunyai kaitan dengan motivasi seseorang dalam melakukan presentasi diri. Menurut Brigham (1991, Dalam Dayakisni & Hudainah, 2009) motivasi utama untuk melakukan presentasi diri berdasarkan tujuan untuk memperoleh ganjaran sosial atau materi (persahabatan, persetujuan, kekuasaan, status dan uang), untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri (pujian, perasaan kesan baik), kemudian untuk menciptakan atau mengukuhkan identitas diri yang diinginkan. Saat seseorang dapat memadu padankan pakaian dengan serasi, maka penilaian yang didapatkan dirinya dari orang lain ialah pandangan sebagai seseorang yang menarik dari segi penampilan sehingga disukai oleh orang disekitarnya. Saat orang lain menyukai penampilan yang dibawakan olehnya maka usaha yang ia lakukan untuk mempresentasikan bahwa dirinya menarik itu dianggap berhasil. Kemudian mahasiswa tersebut mendapat pujian sehingga timbul perasaan bangga yang membuat harga dirinya meningkat. Mahasiswa yang melakukan pengelolaan kesan menggambarkan bagaimana dirinya memiliki kemampuan untuk mengendalikan orang lain dalam cara melihat dirinya dan menciptakan kesan menarik dan unik dalam benak pikirannya. Hal tersebut merupakan motivasi yang ada pada diri mahasiswa tersebut. Dengan harga yang murah, mahasiswa dapat mempunyai pakaian dengan jumlah yang banyak

dengan berbagai model, sehingga mahasiswa merasa terpenuhi kebutuhannya. Kebutuhan itu diantaranya untuk memadu padankan berbagai macam bentuk pakaian agar penampilannya berbeda setiap saat dan mengikuti *trend* terkini. Hal tersebut akan memberikan kesan berbeda dan tidak terlihat menggunakan pakain yang sama, agar orang disekitarnya dapat memandang dirinya seseorang yang berpenampilan menarik. Hal itu mengidentifikasi bahwa mahasiswa tersebut sedang berusaha untuk mempresentasikan dirinya sebaik mungkin agar berpenampilan menarik sehingga disukai banyak pihak. Hal tersebut menjadikan mahasiswa mendapatkan peran yang sesuai dengan yang diharapkan sebagai orang yang menarik dalam berpakaian.

Mahasiswa seharusnya mempertimbangkan dampak negatif dari pakaian bekas. Tidak dipungkiri bahwa pakaian bekas memiliki banyak kekurangan seperti siaran pers yang dilakukan oleh Kementrian Perdagangan (2015) yang selanjutnya di singkat menjadi KEMENDAG tentang pengujian terhadap 25 contoh dengan uraian sebagai berikut :

Pengujian dilakukan terhadap beberapa jenis mikroorganismen yang dapat bertahan hidup pada pakaian yaitu bakteri *Staphylococcus aureus* (*S. aureus*), bakteri *Escherichia coli* (*E. coli*), dan jamur (kapang atau khamir). Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, ditemukan sejumlah koloni bakteri dan jamur yang ditunjukkan oleh parameter pengujian Angka Lempeng Total (ALT) dan kapang pada semua contoh pakaian bekas yang nilainya cukup tinggi dimana kandungan mikroba pada pakaian bekas memiliki nilai total mikroba (ALT) sebesar 216.000 koloni/g dan kapang sebesar 36.000 koloni/g. Sesuai dengan penelitian Y. M. Muthiani dkk (2002) dan S. F. Bloomfield dkk. (2013) bakteri *S. aureus* dapat menyebabkan bisul, jerawat, dan infeksi luka pada kulit manusia. Sementara bakteri *E. coli* menimbulkan gangguan pencernaan (diare), serta jenis jamur seperti kapang (*Aspergillus spp.*) dan

khamir (*Candida* spp.) dapat menyebabkan gatal-gatal, alergi bahkan infeksi pada saluran kelamin (Para. 7&8).

Adapun tujuan dari pengujian kandungan mikro organisme tersebut agar masyarakat tidak memperjualbelikan dan menggunakan pakaian bekas ini dan memakai pakaian baru produk dalam negeri demi menjaga kesehatan dan mengangkat harkat dan martabat bangsa (KEMENDAG, 2015). Dengan berbagai macam bakteri maupun jamur yang sudah dipaparkan diatas, pakaian bekas nyatanya memang memiliki banyak kekurangan yang berhubungan dengan masalah kesehatan. Beberapa bakteri dan jamur tersebut hidup dalam debu dan tahan terhadap pendidihan selama 30 menit. Sehingga, solusi merebus pakaian bekas bukan merupakan cara yang sepenuhnya efektif untuk membunuh bakteri dan jamur (KEMENDAG, 2015). Hal lain yang perlu dipertimbangkan adalah konsumen tidak tahu siapa pemilik dari baju bekas tersebut dan bagaimana ia menjaga kesehatannya Selain masalah kesehatan, tampilan dari pakaian bekas kurang enak dipandang karena barang yang sudah dipakai oleh orang lain, sehingga dari segi kualitas dianggap kurang prima. Selain itu, bau dari pakaian bekas biasanya kurang sedap untuk dihirup. Rozin, Haidi, and McCauley (2002, dalam Dominique 2006) berpendapat bahwa perspektif tentang rasa jijik sebagian orang yang membayangkan pakaian bekas menjijikan secara jelas dan sifat kontaminasi kontak dengan barang pribadi orang lain seperti baju dan perangkat makan. Nyatanya, beberapa hal tersebut tidak mengurungkan para konsumen untuk membeli pakaian bekas tersebut.

Sebagai mahasiswa yang dianggap memiliki jenjang pendidikan yang tinggi, pemahaman tentang teknologi yang mumpuni, pengetahuan tentang kesehatan dan hukum yang baik, semestinya menghindari resiko untuk membeli pakaian bekas dengan berbagai dampak negatif yang ditimbulkan. Mengambil keuntungan dari pakaian bekas sebagai alat yang mengantarkan mahasiswa mencapai presentasi diri yang diinginkan,

rupanya dampak negatif dari pakaian bekas diabaikan. Pemberitaan tentang bahaya pakaian bekas sudah di sebar luaskan oleh pemerintah, melalui berbagai jenis media baik cetak maupun elektronik. Dari segi pengetahuan, mahasiswa yang pernah dan suka membeli pakaian bekas mengetahui bahwa apa yang dibelinya memiliki dampak negatif untuk kesehatannya berdasarkan survey awal yang telah dilakukan. Padahal menurut Berk (2012), orang yang memasuki tahap dewasa awal yang terdidik cenderung mempertahankan kesehatannya dengan baik. Kemudian orang yang mengenyam pendidikan akan menganggap penting karena semakin sedikit pengalaman sekolah yang dimiliki seseorang akan semakin besar peluang mereka kurang bisa menjaga kesehatan (Papalia, Old, & Feldman, 2009).

Mahasiswa konsumen pakaian bekas maupun yang tidak, mereka semua mengetahui dampak negatif yang ditimbulkan pakaian bekas. Namun perbedaan sikap yang yang diambil berbeda antara mahasiswa yang membeli pakaian bekas dengan yang tidak membeli pakaian bekas. Mahasiswa yang memilih tidak membeli pakaian bekas menjadikan kekurangan tersebut sebagai alasan untuk tidak membeli pakaian bekas. Tetapi, berbeda dengan para mahasiswa yang mengkonsumsi pakaian bekas yang tetap membeli. Mereka percaya bahwa kemungkinan untuk mereka terkena penyakit yang disebabkan mikroba itu kecil. Dengan cara mencuci pakaiannya seperti biasa saja itu dianggap sudah cukup untuk membersihkan dan menghilangkan mikroba yang ada pada pakaian bekas. Padahal menurut KEMENDAG (2015) bahwa mencuci pakaian bekas hanya menjadi pengontrol mikroba yang ada menjadi berkurang, tidak menghilangkannya secara keseluruhan.

Mereka menganggap bahwa penyakit yang ditimbulkan dari mikroba yang ada di pakaian bekas tidak mempengaruhi kesehatannya. Karena saat mereka memakainya, mereka tidak merasakan gatal-gatal bahkan merasa biasa saja. Sehingga membuat mereka percaya bahwa penyakit yang ditimbulkan dari pakaian bekas bukan sesuatu yang harus ditakutkan dan hindari. Kepercayaan seperti itu membuat mereka termotivasi untuk tetap terus membeli

pakaian bekas dibandingkan motivasi mereka untuk mencegah timbulnya penyakit. Seperti yang dikatakan oleh Janz dan Becker (1984, dalam Ogden, 2007) niat untuk berperilaku sehat tergantung pada rendahnya persepsi tentang keparahan, prediksi kemungkinan terjangkit rendah, dan beberapa ilmu yang menjelaskan tentang kerentanan dan perilaku yang sehat itu seperti apa. Hal tersebut mempengaruhi seseorang dalam memproteksi dirinya berdasarkan faktor kognitif seperti kepercayaan dan sikap yang diambilnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Robert, Cannon, Armstrong dan Owen tentang *College Students, Tattooing, And The Health Belief Model: Extending Social Psychological Perspectives On Youth Culture And Deviance* tahun 2005, menunjukkan *Health Belief Model* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan seorang mahasiswa untuk menjajal menggunakan tato. Para mahasiswa menjadikan komponen *health belief model* suatu kesatuan yang memberikan taraf signifikansi dalam pemilihan keputusan menggunakan tato sebesar 13%-35%. Pembingkaiannya skala hambatan terlihat dari lingkungan primer mahasiswa seperti keluarga dan teman sebaya, semakin banyak keluarga dan teman sebayanya menggunakan tato akan semakin besar keinginan mahasiswa menggunakan tato dan begitu juga sebaliknya. Dan yang terakhir, kepercayaan mahasiswa dalam mengendalikan kepercayaan diri, semakin percaya dirinya terkendali oleh perilaku mereka maka semakin kecil kemungkinan tertarik dengan tato. Hasil tersebut mengingatkan kita kepada mahasiswa yang membeli pakaian bekas dan tidak. Dimana terdapat komponen *Health Belief Model* yang akan menentukan seseorang berperilaku untuk menjaga kesehatannya. Mahasiswa yang menganggap dirinya tidak rentan terkena bakteri, virus dan jamur yang ada di pakaian bekas akan melakukan pembelian pakaian bekas karena dengan mencucinya saja dianggap sudah cukup. Mereka menganggap penyakit yang ditimbulkan itu tidak parah, bahkan kurang mempengaruhi kesehatan mereka saat memakainya. Ditambah dengan tujuan untuk melakukan presentasi diri untuk terlihat menarik yang menjadi pendukung utama untuk

membeli pakaian bekas. Teman-teman mahasiswa konsumen pakaian bekas bukan faktor penghambat untuk membeli pakaian bekas, karena teman-teman sebayanya memberikan respon positif dengan pakaian bekas yang mahasiswa tersebut gunakan.

Saat memutuskan untuk membeli suatu barang, konsumen akan menggunakan beberapa sudut pandangnya agar bisa menentukan pilihan. Salah satunya sudut pandang dari segi kognitif, dimana konsumen sebagai orang yang dapat melakukan pemecahan masalah. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), sudut pandang ini beranggapan bahwa konsumen merupakan pengolah informasi yang senantiasa mencari dan mengevaluasi tentang suatu produk. Pengolahan informasi tersebut berimplikasi pada pembentukan pilihan. Yang akhirnya menjadi suatu inisiatif untuk membeli atau menolak suatu produk.

Mahasiswa konsumen pakaian bekas mempunyai masalah pemenuhan kebutuhan yang menuntut agar segera diselesaikan. Masalah tersebut diantaranya keinginan untuk menampilkan dirinya semenarik mungkin. Tetapi, untuk terlihat berpenampilan menarik dengan pakaian baru membutuhkan biaya besar, dan hanya akan mendapat kuantitas yang sedikit. Hal itu mengharuskan mahasiswa untuk berusaha lebih hemat dalam mengelola keuangan, karena mereka juga masih membutuhkan biaya untuk kebutuhan lainnya. Permasalahan ini mendorong mahasiswa untuk mencari jalan keluarnya. Konsumen jenis ini seringkali seringkali mengambil jalan pintas untuk memfasilitasi pengambilan keputusannya untuk sampai pada kepuasan. Mahasiswa yang mempunyai masalah kebutuhan pakaian untuk menjadikan dirinya terlihat berpenampilan menarik, tetapi memiliki keterbatasan anggaran, maka ia akan mencari informasi-informasi yang berkaitan, mengevaluasi dampak positif serta negatifnya, dan memutuskan untuk memenuhi kebutuhannya dengan cara membeli pakaian bekas. Karena dengan membeli pakaian bekas, masalah tersebut seakan terselesaikan dengan cepat. Mereka akan merasa puas dengan banyaknya stok pakaian untuk

dipadu padankan yang dapat dikenakan secara bergantian, sehingga untuk usaha mempresentasikan diri sebagai seorang yang berpenampilan menarik akan tercapai.

Saat kebutuhannya tercapai, mahasiswa tersebut merasa senang karena mendapatkan respon positif dari lingkungannya, seperti sekedar orang lain menyukai ia mempresentasikan diri dengan pakaian bekasnya hingga mendapat pujian. Hal itu membuatnya merasa puas akan jalan pintas yang telah dipilih. Secara emosional mereka mengevaluasi produk tersebut dengan nilai yang positif, sehingga mereka akan terus menggunakan sudut pandang tersebut untuk mengulang pembelian pakaian bekas. Seperti yang dikatakan Prasetijo & Ihalauw (2005) yang menekankan emosi sebagai pendorong utama yang membuat seorang konsumen membeli suatu produk. Tak bisa dipungkiri bahwa keadaan tersebut membuat produk pakaian bekas menjadi pilihan alternatif dalam menentukan keputusan membeli seseorang karena dianggap sebagai pemecahan masalah yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Fenomena yang terjadi pada mahasiswa tersebut, mengidentifikasi bahwa faktor-faktor yang membuat mereka melakukan keputusan membeli pakaian bekas pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung diantaranya Presentasi diri dan *Health Belief*. Dengan fenomena tersebut, maka peneliti ingin mengetahui dan membuktikan apakah **Presentasi diri dan *Health Belief* berpengaruh pada keputusan membeli pakaian bekas mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.**

Rumusan Masalah

Perumusan masalah diperlukan untuk mengungkapkan pokok-pokok masalah yang akan diteliti dan untuk memberikan kemudahan dalam memahami masalah penelitian. Masalah akan timbul apabila terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Saat mereka mengulang untuk membeli pakaian bekas, informasi kesehatan yang seharusnya diikut sertakan dalam penilaian untuk pengambilan keputusan membeli akan tergerus dengan persepsi dan kepuasan secara emosional yang menggambarkan dampak positif dari pakaian

bekas. Demi keinginan dan kebutuhannya berpenampilan modis, unik, dan membuat orang-orang menyukai apa yang digunakannya, mahasiswa tersebut mengabaikan informasi yang dapat mengganggu kesehatannya. Mereka menganggap bakteri dan jamur tersebut tidak akan membuat mereka sakit parah. Dengan sudut pandang kognitif dan emosional yang dilibatkan dalam keputusan membeli para mahasiswa tersebut berpikir sedemikian rupa yang akhirnya memilih untuk membeli pakaian bekas. Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini memfokuskan pada masalah :

- Apakah Presentasi Diri dan *Health Belief* mempengaruhi keputusan membeli mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang membeli pakaian bekas?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya Penelitian ini bertujuan untuk :

- Untuk mengetahui pengaruh Presentasi Diri dan *Health Belief* terhadap proses pengambilan keputusan membeli pakaian bekas pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki kegunaan diantaranya :

- Menambah pengetahuan terbaru tentang bagaimana keputusan membeli yang berlaku pada barang bekas, khususnya pada pakaian bekas. Ilmu ini berkaitan dengan perilaku konsumen yang termasuk kedalam Psikologi Konsumen.
- Dalam *Health Belief* memberikan pengetahuan tambahan yang merupakan kajian tentang keyakinan sejumlah orang membeli pakaian bekas dari segi ilmu Psikologi Kesehatan.
- Kita dapat mengetahui sejumlah orang saat menggunakan pakaian bekas tetap melakukan bisa menggambarkan presentasi diri yang dapat disampaikannya. Hal ini akan menambah kekayaan pengetahuan dalam bidang Psikologi Sosial.