

**HUBUNGAN KELAS SOSIAL
DALAM PEMBELIAN PAKAIAN SECOND HAND
PADA MASYARAKAT KOTA TEMBILAHAN
KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

Oleh : Rahmanida Tiara

rahmanida.tiara2414@student.unri.ac.id

Pembimbing : Drs. Yoskar Kadarisman, M. Si

Yoskar.kadarisman.@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya , Jl. H.R.Soebrantas, Km. 12,5 Simpang Baru,
Pekanbaru Riau 28293. Telp/Fax 076163277

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Pasar Jongkok dan Pasar Kayu Jati Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir. Adapun Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

- 1) Bagaimana kelas sosial masyarakat pembeli pakaian bekas dikota Tembilahan
- 2) Apakah ada hubungan antara kelas sosial dengan pembelian pakaian bekas pada masyarakat kota Tembilahan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang membeli pakaian bekas di Pasar Jongkok dan Pasar Kayu Jati dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Instrumen data adalah Observasi, Wawancara dan Kuisisioner. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kelas sosial pembeli pakaian bekas berdasarkan data indikator ukuran kekayaan, ukuran kekuasaan, ukuran kehormatan dan ukuran ilmu pengetahuan berada pada kelas sosial bawah dengan frekuensi 58 responden. Keputusan pembelian pakaian bekas dilihat dari data indikator kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, memutuskan membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain berada pada kualitas sedang dengan frekuensi 67 responden. Berdasarkan hasil perhitungan uji korelasi didapati nilai *pearson product moment* sebesar 0,599 angka probabilitas sebesar 0,00. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,599 dimana terletak pada rentang 0,4 – 0,59 artinya hubungan antara variabel ini berada pada katagori sedang dengan arah yang positif, yang berarti semakin tinggi kelas sosial pembeli maka semakin berkualitas juga yang dibelinya.

Kata kunci : Kelas sosial, Keputusan Pembelian, Pakaian Bekas

**THE RELATIONSHIPS BETWEEN SOCIAL CLASS
IN PURCHASE OF SECOND HAND (BM) CLOTHES
IN TEMBILAHAN CITY COMMUNITY, INDRAGIRI HILIR REGENCY**

By : Rahmanida Tiara

rahmanida.tiara2414@student.unri.ac.id

Suverpisor : Drs. Yoskar Kadarisman, M. Si

Yoskar.kadarisman.@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology

Faculty of Social and Political Sciences

Riau University

Bina Widya Campus, Jl. H.R. Soebrantas, Km. 12.5 Simpang Baru,
Pekanbaru Riau 28293. Tel/Fax 076163277

ABSTRACT

This research was conducted at Jongkok Market and Kayu Jati Market in Tembilahan, Indragiri Hilir Regency. The purpose of this study is to find out: 1) What is the social class of the people who buy Second hand in Tembilahan 2) Is there a relationship between social class and the purchase of second hand in the people of Tembilahan city. This research was a correlational quantitative research. The population of this research were people who bought used clothes at the Jongkok Market and Kayu Jati Market and the sample in this study were 100 respondents selected by using accidental sampling technique. Data instruments were Observations, Interviews and Questionnaires. Based on the results of the reserach it can be concluded that the social class of used clothing buyers based on indicator data on wealth, power, honor and knowledge was in the lower social class with a frequency of 58 respondents. The decision to bought used clothes was seen from the data on the stability indicator of buying after knowing the product information, deciding to bought because it was the most preferred brand, deciding to bought because it was in accordance with wants and needs, buying because it received recommendations from other people was at medium quality with a frequency of 67 respondents. Based on the calculation results of the correlation test, it was found that the Pearson product moment value was 0.599, the probability number was 0.00. The correlation coefficient value was 0.599 which lies in the range 0.4 – 0.59, it can be concluded the relationship between these variables was in the moderate category with a positive correlation, which means that the higher the social class of the buyer, the higher the quality of what their bought.

Keywords: *Social class, Buying Decision, Second Hand*

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pakaian merupakan kebutuhan yang amat penting bagi setiap manusia dan harus dipenuhi dalam kehidupan sehari-hari, manusia membutuhkan pakaian sebagai penutup dirinya dan melindungi diri dari berbagai hal yang dapat mengganggu kenyamanan bagi tubuh. Seiring berkembangnya zaman saat ini pakaian tidak hanya digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan dalam melindungi diri namun dipergunakan sebagai alat untuk mengikuti trend zaman.

Indonesia adalah negara berkembang di dunia yang menjadi tujuan ekspor pakaian bekas. Kegiatan ekspor pakaian bekas ke Indonesia dimulai pada tahun 1997. Indonesia sebagai negara yang memiliki ribuan pulau yang berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia, hal ini menjadi salah satu penyebab pakaian bekas mudah masuk ke Indonesia, dengan mudahnya pakaian bekas itu mudah masuk ke Indonesia membuat bisnis pakaian bekas ini terus menerus berkembang.

Provinsi Riau ditetapkan sebagai pusat masuknya pakaian bekas ke Indonesia. Adapun yang menjadikan provinsi Riau sebagai pusat dari masuknya pakaian bekas ke Indonesia dikarenakan pada kawasan kabupaten Indragiri Hilir pada Kota Tembilahan dekat dengan negara tetangga Singapura yang merupakan negara pengekspor pakaian bekas.

Tembilahan sebagai pusat masuknya barang bekas di Provinsi Riau terdapat beberapa pasar yang memperjual belikan pakaian dan

barang bekas. Jenis barang dan pakaian yang diperjual belikan di Tembilahan cukup beragam, ada tas, sepatu, sandal, baju, celana, bad cover, pakaian dalam dan barang elektronik.

Pakaian bekas adalah salah satu tujuan masyarakat untuk tampil dengan gaya yang berbeda dari yang lain, karena sebagian besar pakaian bekas memiliki merek dan model pakaian terkenal di luar negeri yang tidak pasaran, dan pakaian bekas tidak terlalu mahal sehingga dapat menghemat uang dan pengeluaran. Pakaian bekas sendiri merupakan produk yang telah dipakai kemudian dijual kembali dalam kondisi masih sangat layak pakai. Biasanya, pakaian bekas tersebut berasal dari kegiatan impor dari berbagai negara seperti Korea, China, Jepang, Singapura dan beberapa negara lainnya.

Pakaian bekas begitu diminati masyarakat dikarenakan memiliki brand/merek terkenal seperti zara, uniqlo, h&m, levis, crocodile, adidas, louis vuitton, nike, vans, puma dll. Munculnya label merk yang mendunia ini pada impor pakaian bekas membuat semakin berkembangnya dan semakin tingginya masyarakat yang membeli pakaian bekas.

Tembilahan adalah kecamatan di Indragiri Hilir yang mana tembilahan juga pusat kota Kabupaten Indragiri Hilir dan daerah ini pada sebelah timur provinsi Riau atau di pesisir timur Sumatera yang dikelilingi perairan. Perjalanan dari kota ini ke negara tetangga Singapura hanya membutuhkan waktu 6/jam dengan kenderaan speedboat. Dengan kondisi tersebut, tentunya sangat mudah bagi warga Tembilahan untuk melakukan kontak

perdagangan dengan warga negara Singapura. Hal ini menjadi salah satu faktor yang dulunya menyebabkan membanjirnya pakaian impor di Tembilahan.

Daya beli masyarakat terhadap pakaian bekas di Kabupaten Indragiri Hilir cukup tinggi. Hal ini dapat kita lihat dari ramainya pasar pakaian bekas yang dikunjungi setiap harinya oleh masyarakat. Pembeli tidak hanya berasal dari Kabupaten Indragiri Hilir saja, tetapi juga berasal dari Kabupaten lain yang ada di Provinsi Riau. Tingginya minat masyarakat kota tembilahan dalam membeli pakaian bekas dengan berbagai latar belakang mereka yang berbeda-beda menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Fenomena pembelian pakaian bekas yang dulunya hanya digandrungi dan dilakukan oleh masyarakat kelas bawah, kini telah menjadi trend bagi kalangan menengah bahkan atas. Semua orang tidak lagi malu saat memakai baju bekas, karena menggunakan merek yang terkenal yang dilihat oleh banyak orang.

Berdasarkan observasi pada Pasar Jongkok dan Pasar Kayu Jati Tembilahan, dalam pembelian pakaian bekas saat ini konsumen pembeli pakaian bekas bukan hanya berasal dari kelas bawah saja, tetapi terlihat juga banyak kelas menengah dan kelas atas yang ikut membeli pakaian bekas. Pembeli pakaian bekas yang berada di kelas atas umumnya membeli produk pakaian bekas karena mencari produk atau barang yang eksklusif atau langka, sedangkan pada konsumen yang berasal dari kelas bawah membeli produk pakaian bekas karena harganya yang relatif murah dan

memang untuk memenuhi kebutuhan akan pakaian.

Kelas sosial merupakan perbedaan kedudukan didalam masyarakat yang terdiri dari beberapa kelas, yaitu kelas atas, kelas menengah dan kelas bawah. Pada tiap – tiap kelas sosial tentunya memiliki perbedaan dalam pembelian. Kelas sosial menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal, termasuk pakaian, prabot rumah, tangga, kegiatan dalam waktu luang dan mobil. Biasanya pada masyarakat kelas kebawah dalam membeli sebuah barang mengutamakan manfaatnya atau sesuai kebutuhannya dan sesuai dengan standar atau kualitas yang diharapkan dan sesuai dengan kemampuannya. Pada kelas bawah cenderung membeli barang yang di obral karena harganya jauh lebih murah. Pada masyarakat kelas atas dalam membeli pakaian bekas bukan sebuah kebutuhan tetapi hanya untuk koleksi, mengikuti trend dan gaya hidup, karena pada umumnya pakaian bekas memiliki brand/merek ternama yang mendunia dan tentunya pada kelas sosial atas membeli dengan harga yang cukup mahal.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan kelas sosial dalam pembelian pakaian second hand, sehingga dapat diketahui kualitas dan jenis produk / barang apa yang di beli masyarakat kota tembilahan berdasarkan kelas sosialnya dan mengetahui kalangan kelas bawah atau kelas atas yang lebih mendominasi pasar.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kelas sosial masyarakat pembeli pakaian bekas di kota Tembilahan?

2. Apakah ada hubungan antara kelas sosial dengan pembelian pakaian bekas pada masyarakat kota Tembilahan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kelas sosial masyarakat pembeli pakaian bekas di kota Tembilahan.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara kelas sosial dengan pembelian pakaian bekas pada masyarakat kota Tembilahan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelas Sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu strata (lapisan) orang-orang yang berkedudukan sama dalam kontinum (rangkaiannya kesatuan) status sosial. Dengan definisi ini kita ketahui bahwa dalam masyarakat terdapat orang-orang yang secara sendiri-sendiri atau bersama-sama memiliki kedudukan sosial yang kurang lebih sama. Kelas sosial dikaitkan dengan posisi seseorang dalam masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi. Menurut Weber (dikutip dari Sunarto, 1993, hal. 115) yang mana apabila semakin tinggi perekonomian seseorang maka semakin tinggi pula kedudukannya dan sebaliknya. Maksudnya disini adalah bahwasannya perbedaan kedudukan seseorang dalam masyarakat berdasarkan kriteria ekonomi, Yang mana apabila semakin tinggi perekonomian seseorang maka semakin tinggi pula kedudukannya, dan bagi mereka perekonomiannya bagus (berkecukupan) termasuk kategori kelas tinggi (high class),

begitu juga sebaliknya bagi mereka yang perekonomiannya cukup bahkan kurang, mereka termasuk kategori kelas menengah (middle class) dan kelas bawah (lower class).

Secara garis besar perbedaan yang ada dalam masyarakat berdasarkan materi yang dimiliki seseorang yang disebut sebagai kelas sosial dan dalam hal ini dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

1. Kelas atas, kelas ini ditandai oleh besarnya kekayaan, pengaruh baik dalam sektor – sektor masyarakat perseorangan ataupun umum, berpenghasilan tinggi, tingkat pendidikan yang tinggi, dan kestabilan kehidupan keluarga.
2. Kelas menengah, kelas ini ditandai oleh tingkat pendidikan yang tinggi, penghasilan dan mempunyai penghargaan yang tinggi terhadap kerja keras, pendidikan, kebutuhan menabung dan perencanaan masa depan, serta mereka dilibatkan dalam kegiatan komunitas.
3. Kelas bawah, kelas ini biasanya terdiri dari kaum buruh kasar, penghasilannya pun relatif lebih rendah sehingga mereka tidak mampu menabung, lebih berusaha memenuhi kebutuhan langsung dari pada memenuhi kebutuhan masa depan, berpendidikan rendah, dan penerima dana kesejahteraan dari pemerintah.

Untuk menggolongkan anggota-anggota masyarakat ke dalam kelas-kelas sosial atau pelapisan sosial, menurut Soerjono Soekanto dapat digunakan:

1. Ukuran kekayaan, kekayaan merupakan determinan kelas sosial yang amat penting karena dapat memberikan gambaran tentang latar belakang keluarga

dan cara hidup seseorang, berdasarkan ukuran kekayaan barang siapa yang memiliki kekayaan paling banyak, termasuk kedalam lapisan teratas dan yang memiliki kekayaan yang sedikit maka akan dimasukkan dalam lapisan bawah. Kekayaan tersebut dapat dilihat dari pada bentuk rumah, mobil pribadi, cara – caranya menggunakan pakaian serta bahan pakaian yang dipakainya, kebiasaan untuk berbelanja barang – barang mahal. Ukuran kekayaan ini merupakan dasar yang paling banyak digunakan dalam pelapisan sosial.

2. Ukuran kekuasaan, seseorang yang memiliki kekuasaan atau wewenang yang besar akan masuk pada lapisan atas dan yang tidak memiliki wewenang kekuasaan terbesar maka akan masuk dalam lapisan bawah.
3. Ukuran kehormatan, Ukuran kehormatan tersebut mungkin terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan dan kekuasaan. Orang yang paling disegani dan dihormati mendapat tempat teratas dalam lapisan sosial. Keadaan seperti ini bisa ditemui dimasyarakat tradisional yang masih kental dengan adat.
4. Ukuran ilmu pengetahuan, pada ukuran ilmu pengetahuan ini biasa dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan, walau kadang masyarakat salah persepsi karena masyarakat hanya melihat dari segi gelar yang diperoleh seseorang saja, sehingga dapat menimbulkan kecurangan yang mana seseorang yang ingin berada dalam lapisan atas akan menghalalkan segala cara dalam memperoleh gelar yang dikehendaki.

2.2 Keputusan Pembelian

Sudaryono (2014) Keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2009:240) menyatakan keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.

Menurut Tjiptono (2014:21) Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.

2.3 Hipotesis Penelitian

H_a : Ada hubungan yang signifikan antara kelas sosial dengan keputusan pembelian pakaian second hand pada masyarakat kota Tembilahan.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian korelasional kuantitatif. Dimana dalam penelitian ini peneliti ingin mengemukakan atau melihat

hubungan antara dua variabel. Menurut (sugiyono, 2017) penelitian korelasional adalah tipe atau jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan korelasional antara 2 variabel atau lebih. Dengan tujuan adalah untuk menemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel atau membuat prediksi berdasarkan dari korelasi antara variabel. Oleh sebab itu peneliti memilih jenis penelitian korelasi dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara kelas sosial dalam pembelian pakaian second hand pada masyarakat kota Tembilahan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dua tempat, diantaranya yaitu Pasar Jongkok yang berada di jalan Sultan Syarif Kasim, dan, dan Pasar Umbut Kelapa/Kayu Jati, yang berada di jalan Kayu Jati Tembilahan. Lokasi ini penulis pilih dikarenakan sesuai dengan permasalahan yang ingin penulis teliti dimana di dua pasar di ini terdapat penjualan pakaian bekas yang ramai dikunjungi oleh masyarakat Tembilahan di setiap harinya. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2022 sampai dengan Desember 2022.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh subjek di dalam wilayah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli pakaian bekas di Tembilahan. Populasi dalam penelitian ini (infinite) tidak terbatas, karena jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian. Pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental*

Sampling, dimana dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara spontan pada masyarakat yang ditemui di lapangan yang didapati sedang membeli pakaian second hand (pakaian bekas).

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan sebuah metode pengumpulan data dimana dilakukan dengan pengamatan terhadap suatu objek atau fenomena yang sedang di teliti. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan berbelanja masyarakat tembilahan dalam membeli pakaian bekas guna memperdalam fenomena dan memperoleh lebih banyak hal yang sedang di teliti.

3.4.2 Wawancara dan Kuisisioner

Wawancara adalah kegiatan tanya-jawab antara dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide yang dilakukan secara lisan untuk mendapatkan suatu informasi. Dalam wawancara informasi yang didapat bisa dalam tulisan, atau direkam secara audio, visual, atau audio visual.

Teknik wawancara disini ialah teknik yang dilakukan peneliti dengan melakukan tanya jawab lisan kepada responden secara langsung dengan panduan wawancara berupa kuisisioner yang telah peneliti siapkan sebelumnya.

3.5 Teknik Analisa Data

1. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang diperoleh setelah dilakukan penelitian adalah data valid atau

tidak, pengukuran yang digunakan menggunakan kuesioner

2. Analisis Deskriptif
3. Uji Korelasi

Teknik analisis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *korelasi product moment* dengan tujuan untuk menemukan kekuatan hubungan dan arah antara variabel bebas dengan variabel terikat serta data berbentuk rasio dan interval (Siregar, 2013).

IV. GAMBARAN UMUM

4.1 Pasar Jongkok Tembilahan

Pasar Jongkok adalah pasar yang terletak di Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Di pasar ini terdapat banyak pedagang yang menjual barang-barang bekas impor seperti pakaian, tas, peralatan elektronik dan lain-lain. Pasar jongkok atau (PJ) disebut oleh masyarakat pasar jongkok karena dagangannya jual dalam kantong plastik atau karung lebar yang dibentang pada plastik di pinggir jalan, dan deretan toko. Jadi saat orang mau melihat barang yang diperjualbelikan harus jongkok. Para pedagang barang bekas di pasar jongkok ini berjualan dari sore hingga larut malam sekita pukul 23.00, rutin pada setiap harinya.

4.2 Pasar Umbut Kelapa (Pasar Kayu Jati Tembilahan

Pasar Umbut Kelapa Tembilahan Hulu atau dikenal oleh masyarakat Tembilahan dengan Pasar Kayu Jati terletak di Jalan Ahmad Yani parit 10, Kecamatan Tembilahan Hulu. Pasar umbut kelapa menjual kebutuhan sehari-hari, baju bekas, baju baru, sembako, ikan, sayur, barang pecah belah, dll. Lainnya. Pada pasar ini terdapat 94 los tempat penjualan pakaian bekas.

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Kelas Sosial

Tabel 5.1
Distribusi Responden Berdasarkan Kelas Sosial

N o	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1	Atas	6	6.0
2	Menengah	36	36.0
3	Bawah	58	58.0
Jumlah		100	100.0

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2022

Hasil analisis kelas sosial berdasarkan ukuran kekayaan, ukuran kekuasaan, ukuran kehormatan dan ukuran ilmu pengetahuan pada masyarakat kota Tembilahan pembeli pakaian bekas di pasar Jongkok dan pasar Kayu Jati tergolong rendah dengan frekuensi 58 responden atau 58% pembeli pakaian bekas berada pada kelas sosial bawah.

5.2 Keputusan Pembelian

Tabel 5.2
Distribusi Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian

N o	Kategori	frekuensi	Presentase (%)
1	Tinggi	33	33.0
2	Sedang	67	67.0
3	Rendah	0	0
Jumlah		100	100.0

Sumber : Data Lapangan, 2022

Hasil analisis keputusan pembelian berdasarkan data indikator kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, dan membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain pada masyarakat kota Tembilahan

pembeli pakaian bekas di pasar Jongkok dan pasar Kayu Jati tergolong sedang dengan frekuensi 67 responden atau 67% membeli pakaian pakaian bekas berkualitas sedang.

5.3 Hasil Analisis Korelasi

Berikut pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap korelasi kelas sosial terhadap pembelian pakaian second impor dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 5.3
Pedoman Terhadap Koefisien
Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,8 – 0,99	Sangat Tinggi
0,6 – 0,79	Tinggi
0,4 – 0,59	Sedang
0,2 – 0,39	Rendah
0,0 – 0,19	Sangat Rendah

sumber : sugiyono (2011)

Hasil analisis korelasi antara kelas sosial terhadap pembelian pakaian second hand pada masyarakat kota Tembilahan adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4
Korelasi Kelas Sosial Dengan
Keputusan Pembelian

		Kelas Sosial	Keputusan Pembelian
Kelas Sosial	Pearson Correlation	1	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan data korelasi di atas, diperoleh korelasi kelas sosial (X1) dan keputusan pembelian (X2) pakaian second hand adalah 0, 599. Berdasarkan nilai koefisien maka hubungan anantara variabel kelas sosial dengan keputusan pembelian berada pada katagori sedang. Maka disimpulkan bahwa antara kelas sosial dan keputusan pembelian memiliki hubungan positif yang signifikan.

VI. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian hubungan kelas sosial dalam pembelian pakaian second hand pada masyarakat kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut ini.

1. Kelas Sosial pembeli pakaian bekas berdasarkan ukuran kekayaan, ukuran kekuasaan, ukuran kehormatan dan ukuran ilmu pengetahuan berada pada kelas bawah dengan frekuensi 58 responden.
2. Keputusan Pembelian pakaian bekas berdasarkan data indikator kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, memutuskan membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain berada pada kualitas sedang dengan frekuensi 67 responden.
3. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi product moment terdapat hubungan antara kelas sosial dalam pembelian pakaian

second hand dengan korelasi 0,599. Adapun tingkat hubungan antara kedua variabel ini adalah sedang. Dalam hal ini berarti hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan kelas sosial dalam pembelian pakaian second hand pada masyarakat kota Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang penulis uraikan di atas, maka penulis memberikan saran sehubungan dengan hasil penelitian yang berkaitan dengan hubungan antara kelas sosial dalam pembelian pakaian second hand. Adapun saran yang diberikan diantaranya adalah sebagai berikut ini:

1. Bagi para masyarakat yang pembeli pakaian bekas boleh saja membeli sesuai dengan perkembangan zaman, dan membeli yang bermerek akan tetapi harus disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan masing – masing.
2. Bagi pihak pemerintah daerah dan penjual sebaiknya pada lapak – lapak penjualan diberi penerangan agar pembeli tidak tertipu dalam membeli suatu barang.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjtnya, sebaiknya melakukan penelitian dengan objek dan ruang lingkup yang lebih luas dan dikaji secara mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, R. H. (2015, Juni). Stratifikasi Sosial dan Kesadaran sosial. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'ri*, Vol 2 No 1.

Amar Mira, Skripsi:”*Analisis Faktor-Faktor Minat Beli Konsumen Pada Pakaian Bekas (MONZA)*”(Medan:UINSU, 2015).

Andi Mulyan, A. M. (2021, Juli). Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, Vol. 5 No. 3 .

Andrew Effendy Widjaja, L. i. (2018, Desember). Pengaruh lokasi, harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan ojek online. *Jurnal Bisnis Terapan, Volume 02 Nomor 02*.

Ardiva Zakia, A. A. (2022, Mei). Faktor-faktor yang mempengaruhi kelas sosial: gaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*(Issue 5), 449-457.

Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

Damsar. (2010). *Pengantar Sosiologi Politik (Revisi ed.)*. Jakarta: Prenada Media

Fanira Khairunnisa, N. J. (2021, Februari). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk kecantikan secara online melalui e-commerce shopee di indonesia. *e-Proceeding of Management: Vol.8, No.1*

Fitri Diah Wardhani, Skripsi “Faktor-Faktor Minat Konsumen Terhadap Baju Bekas Di Toko Baju Bataman Ganjar Agung Kota

- Metro”(Metro:IAIN Metro, 2019).
- Hendriwani, S. (2020, Juni). Teori Kelas Sosial dan Marxisme Karl Marx. *Paradigma: jurnal kalam dan filsafat, paradigma: jurnal kalam dan filsafat* , 13-28.
- Hermawati, Ilham. Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Pakaian Di Desa Lageg Kecamatan Burau Kabupaten Lawu Timur. *Journal of Islamic Management And Bussines*, Vol. 1, No. 1, (2018): 18-23
- Laksana, Karismajid Nur dan Siti Aisjah. 2013. Gaya Hidup, Kelas Sosial, dan Keputusan Pembelian produk Sepatu Impor Pada Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekobis* Vol 5 No 2.
- Hendi Eka Sumarga, S. M. (n.d.). Pengaruh gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian konsumen smartphone advan pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah tangerang. *Dynamic Management Journal*, Vol. 3 No. 2
- Maunah, B. (2015, Juni). Stratifikasi sosial dan perjuangan kelas dalam perspektif sosiologi pendidikan. *TA'ALLUM*, Vol. 03, No. 01.
- Nugraheni, R. D. (2018c). Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumnas Cabang Mojokerto Lokasi Madiun). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 80–85
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta :Kencana.
- Soekanto, S. (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar* . Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sonia Anastasia, Skripsi:”*Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Baju Bekas Impor*”(Medan:UINSU,2015).
- Sopiah, E. M. (n.d.). Perilaku Konsumen. *Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian ed. Nikoemus WK* (Yogyakarta:Andi Offset, 2013), 8-9.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendikia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : CV Alfabet.
- Sujana, P. P. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Starbucks Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan, Vol. 1 No. 1*, .
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Triwijayanti, A., Pradipta, D. B. (2018). *Kelas sosial vs pendapatan: Eksplorasi*

*faktor penentu pembelian
consumer goods dan jasa,
XXIII(02), 141-158.*

Yesi Indra Wahyu,” Faktor-Faktor
Pendorong Orang Membeli

Pakaian Bekas Di
Yogyakarta”(Yogyakarta:Uni
versitas Sanata Dharma,2018