

Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas Di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram

Andi Mulyan¹ Akhmad Muzakkir²

¹²Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan, Universitas Nahdlatul Ulama NTB

Email: Andimulyan323@gmail.com

Article Info

Article history:

Article Received: June 08 2021

Publication: July 07 2021

Keywords:

Motivasi Konsumen Membeli Pakaian, Di Pasar Loak Karang Sukun

Abstrak

Pasar Loak Karang Sukun merupakan salah satu pusat penjualan pakaian bekas terbesar di Nusa Tenggara Barat, yaitu di Kota Mataram. Berbagai kalangan dan dari berbagai daerah yang datang membeli pakaian bekas di tempat ini. Hal inilah yang membuat penulis mengkaji lebih dalam tentang motivasi pembeli terhadap pakaian bekas yang ada di Pasar Loak Karang Sukun Mataram, dan juga tentang stratifikasi sosial pembeli pakaian bekas di lokasi tersebut sehingga mengangakat judul penelitian "Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas Di Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram." Tujuan penelitian ini adalah mengetahui motivasi pembeli terhadap pakaian bekas yang ada di Pasar Loak Karang Sukun Mataram dan mengetahui satartifikasi konsumen yang membeli pakaian bekas. Kajian teori dalam tulisan ini yaitu tentang motivasi dan stratifikasi. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Loak Karang Sukun Mataram. Subyek penelitian ditentukan dengan teknik *Accidental Sampling*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara spontan pada konsumen yang didapati sedang membeli pakaian bekas. Teknik pengambilan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penganalisaan data penulis lebih menitik beratkan pada analisa deskriptif atau kualitatif. Dalam penelitian ini ditemukan alasan mmbeli pakain bekas di Pasar Karang Sukun Mataram yaitu, faktor ekonomi, faktor lingkungan sosial atau pergaulan, faktor gaya hidup, dan faktor kulaitas pakaian, merek, kunikan atau model pakaian yang lagi trendy di zamn sekarang. Sedangkan Stratifikasi konsumen yang membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun Mataram, yaitu terdiri golongan bawah (kaum buruh tani, sopir angkot, tukang parkir, dll) dan goonan menengah ke atas (anak sekolah, mahasiswa, pedagang, dan pegawai kantoran)

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Andi Mulyan

¹²Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas

Pendidikan, Universitas Nahdlatul Ulama NTB

Email: Andimulyan323@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, di mana kebutuhan masyarakat modern pun sangat rentang dengan perubahan zaman. Akhirnya, merekapun rentang dengan perkembangan yang ada, seperti perkembangan kebudayaan, bahkan perekmbangan-perekembangan yang terkait dengan simbol-simbol moderen. Abraham Maslow mengatakan bahwa manusia mempunyai lima kebutuhan yang membentuk tingkatan- tingkatan atau disebut juga hierarki kebutuhan mulai dari yang paling mudah hingga yang sulit untuk dicapai atau didapat. Kebutuhannya yaitu kebutuhan fisiologis (makan, minum), keamanan, cinta, harga diri dan aktualisasi (Potter dan Patrici, 1997).

Setiap manusia mengharapkan suatu kehidupan yang stabil dan bernilai tinggi demi untuk mendapatkan penghargaan dan penghormatan baik dari dalam diri sendiri maupun dari

orang lain. Keinginan berbelanja merupakan bangkitnya budaya konsumen yang dicirikan dengan peningkatan budaya hidup (*life style*). Namun proses pembentukan gaya hidup pada seseorang menjadi definisi bagi budaya konsumen. Di sisi lain pakaian bekas yang dijual oleh pedagang di berbagai tempat, seperti di pasar adalah tidak terlalu mahal. Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah pernah dipakai oleh pemilik sebelumnya, dan di impor dari luar negeri, yaitu seperti Singapura, Malaysia, dan Korea.

Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram merupakan salah satu pusat perbelanjaan pakaian terbesar di Nusa Tenggara Barat. Pasar Loak Karang Sukun banyak dikunjungi oleh konsumen, baik yang berasal dari Kota Mataram maupun dari daerah lain yang berdomisili di Nusa Tenggara Barat. Pasar Loak Karang Sukun merupakan pasar yang cukup berbeda dengan pasar-pasar pada umumnya. Pada pasar ini lebih difokuskan untuk penjualan barang bekas, mulai dari alat-alat kendaraan hingga pakaian bekas. Namun yang paling meramaikan pasar ini adalah pengunjung pakaian bekas dari berbagai daerah.

Perdagangan pakaian bekas di Pasar Loak Karang Sukun ditempatkan pada lokasi yang mudah ditemukan oleh pengunjung, yang berlokasi khusus dan cukup luas. Pada pasar ini menyediakan berbagai macam pakaian bekas, seperti pakaian kerja, celana, jaket, dan lain-lain. Rata-rata pengunjung di pasar ini berasal dari berbagai daerah dan dari berbagai kalangan. Olehnya itu, penulis sangat tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang motivasi konsumen membeli pakaian bekas, dan juga tentang stratifikasi sosial dari pengunjung atau konsumen yang ada di Pasar Loak Karang Sukun, sehingga mengangkat judul “Motivasi Konsumen Membeli Pakaian Bekas di Pasar Loak Karang Sukun Mataram”.

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas. Oleh sebab itu dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

- a. Mengapa konsumen termotivasi membeli pakaian bekas di pasar Loak Karang Sukun Mataram ?
- b. Bagaimana stratifikasi sosial yang membeli pakaian bekas di pasar Loak Karang Sukun Mataram?

1.2. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan yang telah disebutkan diatas, secara spesifik penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Mengetahui motivasi konsumen membeli pakaian bekas.
- b. Mengetahui stratifikasi sosial konsumen yang membeli pakaian bekas di pasar Loak Karang Sukun Mataram.

1.3. Manfaat Penelitian

- a. Agar tulisan tentang motivasi konsumen terhadap pakaian bekas ini menjadi referensi bagi penulis yang akan menulis tentang pakaian bekas.
- b. Agar tulisan tentang pakaian bekas ini menjadi informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.
- c. Agar tulisan ini dapat menambah pengetahuan bagi pemerintah dan masyarakat lain, khususnya dalam kaitannya penentuan sikap terhadap perdagangan pakaian bekas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Motivasi

Motivasi adalah konsep yang menggambarkan baik kondisi ekstrinsik yang merangsang perilaku tertentu dan respon instrinsik yang menampakkan perilaku-perilaku manusia (Swanburg, 2006). Motivasi adalah kecenderungan yang timbul pada diri seseorang secara sadar maupun tidak sadar melakukan tindakan dengan tujuan tertentu atau usaha-usaha yang menyebabkan seseorang atau kelompok orang tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang di kehendaki (Poerwodarminto, 2006).

2.1.1. Teori Pilihan Rasional

Teori Pilihan Rasional Coleman merupakan sebuah teori yang disuguhkan Coleman dalam sebuah jurnalnya yang berjudul *Rational Choice Theory*. Teori pilihan rasional pada dasarnya merupakan kristalisasi dari pemahaman perkembangan aliran pemikiran dari paham rasionalitas di eropa barat, yaitu paham teori yang muncul pada abad pertengahan, sebagai antitesis atas pemikiran paham naturalis. Dengan mengasumsikan bahwa individu dalam latar belakang sosial dan membuat pilihan tindakan atau keputusan berdasarkan kepercayaan dan tujuan mereka. Teori ini dimaksudkan untuk dapat menerangkan sejumlah penyelesaian masalah sosial (*social arrangement*) sebagai efek keseluruhan dari pilihan tersebut. Tujuan utama teori pilihan rasional adalah menjelaskan perilaku sistem-sistem sosial, baik dalam lingkup kecil maupun besar, daripada perilaku individu. Para teoretisi berpendapat bahwa penjelasan terhadap sebuah sistem haruslah dalam hal perilaku para aktor yang membentuknya. Sebagai akibatnya, hal ini memerlukan penjelasan tentang tindakan-tindakan individu dan tentang transisi antara perilaku individu dan sistem.

2.1.2. Pengertian Kelas Sosial (Stratifikasi Sosial)

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu strata (lapisan) orang-orang yang berkedudukan sama dalam kontinum (rangkaiannya kesatuan) status sosial. Kelas sosial dibagi menjadi tiga, yaitu kelas sosial atas, kelas sosial menengah dan kelas sosial bawah. Kelas sosial atas biasanya mendapat penghormatan atau di hormati oleh kelas sosial dibawahnya karena beberapa keunggulan yang dimiliki kelas sosial atas misalnya kedudukan sosialnya maupun kekayaannya.

2.1.3. Pakaian Bekas

Pakaian bekas adalah rata-rata memang masih layak pakai, seringkali berasal dari Singapura atau Malaysia, dan harganya memang murah dibandingkan pakaian baru. Pakaian bekas adalah pakaian yang sudah dipakai sebelumnya oleh orang lain. Menjual pakaian bekas merupakan perdagangan bebas yaitu perdagangan antarnegara tanpa kerumitan birokrasi atau aturan (pajak, kuota ekspor dan impor, peraturan negara tentang proteksi).

2.1.4. Konsumen

Konsumen merupakan individu atau sekelompok manusia yang membeli, menggunakan, atau memperoleh suatu barang, baik berupa jajah maupun berupa bendafisik. Namun menurut Sri Handayani, konsumen merupakan seseorang atau suatu organisasi yang membeli dan menggunakan sejumlah barang atau jasa dari pihak produsen. Sementara menurut Aziz Nasution konsumen adalah orang-orang yang mendapatkan barang atau jasa yang mereka gunakan untuk suatu tujuan tertentu.

2.1.5. Gaya Hidup

Gaya hidup atau Lifestyle adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktifitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Artinya seseorang yang memiliki pola tinker laku sehari-hari dengan menyesuaikan tingkat kemampuan dan kondisi yang ada.

2.2. Penelitian Yang Relevan

Syafrizal Syafrizal dan Nisa Ul Karimah dalam Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau dengan judul Motivasi Masyarakat Untuk Membeli Pakaian Bekas Pasar Senapelan yang beralamat di jalan Alamudinsyah Pekanbaru. Mereka mengatakan bahwa pakaian bekas merupakan alternatif lain bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan sandang, Rasionalitas yang dapat dilihat dan dilakukan oleh pembeli adalah berdasarkan merk, harga murah dan juga kualitas yang diberikan oleh pakaian bekas sehingga pembeli melakukan pembelian secara terus-menerus untuk memenuhi keinginan pembeli yang mencari merk dan berburu harga murah dengan kualitas yang baik. Maka dari perilaku diatas menimbulkan suatu Rasionalitas terhadap pembeli

pakaian bekas yang mana pembeli bukan hanya dari golongan kelas bawah namun juga dari golongan kelas menengah ke atas.

Terkait dengan hasil penelitian di atas, penulis juga akan mengkaji tentang motivasi dan stratifikasi sosial pada konsumen yang ada di pasar Loak Karang Sukun Mataram. Namun, bagi penulis berdalil bahwa sebuah penelitian yang memiliki kesamaan judul atau yang terkait adalah belum tentu akan memiliki hasil yang sama. Justru ketika memiliki hasil yang sama, dengan memiliki lokasi dan informan yang berbeda akan memperkuat data atau hasil penelitian sebelumnya. Selanjutnya adalah penulis sebelumnya menggunakan istilah masyarakat pada judul penelitian, dan dalam judul tulisan ini yang mana penulis tidak menggunakan istilah masyarakat sebab yang menjadi informan dalam tulisan ini adalah para pengunjung dan bukan masyarakat yang ada di lokasi Kota Mataram. Di sisi lain, dapat dipahami bahwa para pengunjung atau para konsumen yang ada di Pasar Loak Karang Suku adalah berbentuk kerumunan dan bukan berbentuk masyarakat. Masyarakat adalah dua orang atau lebih yang saling berinteraksi secara continue dan menimbulkan suatu kebiasaan dan kebiasaan itu akan membent suatu kebiasaan. Sementara kerumunan yang terjadi pada suatu obyek yang sifatnya hanya sementara saja dan akan bubar ketika telah menyelesaikan aktifitas tertentu atau meninggalkan obyek tertentu, dan orang-orang yang berkerumun tadi tidak akan bertemu lagi untuk berinteraksi satu sama lain. Dalam hal ini penulis menggunakan istilah konsumen pada judul tulisan ini, yaitu orang yang membeli, memperoleh atau menggunakan sebuah barang atau jajah.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram. dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan salah satu pusat perdagangan pakaian terbesar di Nusa Tenggara Barat. Selain itu penulis berdomisili di Kota Mataram yang tak jauh dari lokasi penelitian.

3.2 Subyek Penelitian

Subyek penelitian dapat diartikan sebagai jumlah responden yang akan diteliti. Pada penelitian ini subyek penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara spontan pada masyarakat yang ditemui di lapangan yang didapati sedang membeli pakaian bekas. Teknik ini digunakan dengan alasan peneliti tidak mendapatkan data yang spesifik mengenai jumlah masyarakat yang membeli pakaian bekas. Adapun jumlah responden yang peneliti teliti adalah sebanyak 15 orang.

3.3 Teknik Pengambilan Data

Data merupakan bahan baku informasi, dimana data akan menjadi lebih berarti apabila mampu menjadikan tambahan pengetahuan bagi si penerima dalam rangka mencapai tujuan. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *wawancara* yang berpedoman pada *interview guide* serta dibantu dengan *observasi* sebagai pengamatan langsung terhadap situasi dan kondisi responden. Observasi merupakan aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Wawancara adalah tanya jawab langsung peneliti dengan responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan didalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, yang masing-masing dikumpulkan dengan teknik sebagai berikut:

a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden terutama yang berkaitan dengan karakteristik responden, yaitu masyarakat yang datang ke Pasar Loak Karang Sukun dan membeli pakaian bekas.

b. Data sekunder

Yaitu data yang akan diperoleh dari instansi terkait, seperti dari kantor Kelurahan, dan juga dari berbagai referensi yang ada di jurnal, dan atau tulisan di berbagai media sosial.

3.5 Analisis Data

Dalam penganalisaan data penulis lebih menitik beratkan pada analisa deskriptif atau kualitatif yaitu dengan membuat deskripsi atau gambaran mengenai fenomena yang ditemui dilapangan berdasarkan data-data dan informasi. Setelah semua data dan informasi terkumpul maka data-data itu diuraikan secara ringkas sehingga didapat gambaran yang jelas. Untuk melengkapi hasil data-data penelitian dibantu dengan dokumentasi tempat penelitian dan foto beberapa responden.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Pasar Sukun

Pasar Karang Sukun terletak di Jalan Amir Hamzah, Kelurahan Mataram Timur, Kecamatan Mataram. Pasar ini merupakan pasar tradisional yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Namun pada wilayah bagian depan, pasar ini diramaikan oleh pedagang pakaian bekas, sehingga pasar ini biasa disebut “Pasar Loak”, dan cukup dikenal oleh warga masyarakat sekitar yang ada di Pulau Lombok.

Pasar Loak memiliki lokasi yang strategis, karena berada di depan gedung induk pasar, dan juga berhadapan langsung dengan jalanan aspal (umum). Setiap hari pasar pakaian bekas ini diramaikan oleh pengunjung, yaitu mulai dari pukul 7 (tujuh) pagi hingga pukul 5 (lima) sore. Aneka ragam barang-barang bekas yang tersedia di pasar tersebut, di antaranya; baju, celana, switers, jaket, kemeja, tas, sepatu, boneka, bahkan onderdil pria/wanita dijual di pasar tersebut. Pakaian yang ada di tempat ini lumayan berkualitas, dan harga yang murah atau sangat terjangkau untuk kelas ekonomi ke bawah. Barang-barang yang ada di sini adalah dimpor langsung dari luar negeri. Hal ini tentu merupakan daya tarik tersendiri dari Pasar Karang Sukun untuk menarik daya beli masyarakat.

Pengunjung yang bedatangan di Pasar Karang Sukun (Pasar Loak) adalah dari berbagai kalangan. Mulai dari kalangan masyarakat biasa, mahasiswa, pelajar bahkan orang kantoran pun meminatinya, karena kualitas pakaian impor tersebut masih bagus dan tidak kalah dengan baju yang di jual di toko-toko ternama.

Pasar Karang Sukun cukup terkenal di masyarakat Lombok, bahkan di daerah seberang seperti Sumbawa, Bima, dan Bali. Berbagai pengunjung dari luar Kota Mataram sengaja datang jauh-jauh untuk membeli barang-barang bekas yang ada di pasar yang dijuluki “Pasar Loak”. Seain itu, para tengkulakpun sengaja datang langsung untuk membeli baju dan barang bekas untuk diperdagangkan secara berkeliling, atau di berbagai pasar tradisional.

Penampilan Pasar Karang Sukun terkesan kumuh, akan tetapi keberadaannya tentu sangat membantu dalam meningkatkan perkonomian masyarakat, bahkan mempengaruhi tumbuh-kembangnya jenis pekerjaan lain, yaitu seperti tukang parkir, pedagang makanan, tukang jahit untuk merubah ukuran baju yang dibeli di tempat tersebut. Selain itu, tentu pula membantu warga masyarakat dalam memenuhi komsumsi pakaian berkualitas tapi harga murah, dan menjalin hubungan kerja sama dengan pihak luar negeri, seperti Korea, Malaysia, dan Singapura.

Kawasan pedagang barang bekas yang ada di Pasar Sukun atau dijuluki Pasar Loak di bagi menjadi 3 (tiga) jenis tempat (stand). Sebagian melangsungkan usaha perdagangan di dalam toko yang ada di dalam Pasar Loak, sebagian, berdagang di bawah atap seng yang sudah disediakan oleh pihak pengelola pasar, dan sebagian mengambil tempat penjualan di pinggir jalan atau di tempat terbuka.

Sistem penjualan barang-barang bekas di Pasar Karang Sukun adalah tawar-menawar. Dalam hal ini, antara penjual dengan pembeli mencari kesepakatan harga, dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Namun biasanya pedagang yang ada di pasar tersebut memberikan potongan harga atau harga promo bagi pengunjung.

4.2. Hasil Penelitian

Wawancara dilaksanakan pada bulan November 2020 hingga Januari 2021, dengan menggunakan teknik purposive terhadap 10 orang responden yang dilakukan di Pasar Karang Sukun (Pasar Loak) Mataram. Dari 10 responden tersebut, 2 orang dari kalangan masyarakat biasa, 2 orang dari kalangan mahasiswa, 2 orang dari kantor, 2 orang dari luar daerah, dan 2 orang dari anak sekolah. Selain itu, Peneliti mewawancarai juga 3 orang informan kunci, yaitu masing-masing dari kelompok pedagang pakaian bekas yang sudah lama bekerja (berdagang) di pasar tersebut, yaitu minimal 5 tahun. Dalam wawancara tersebut, masing-masing informan menyebutkan namanya sendiri.

Dalam wawancara tersebut, peneliti mengangkat dua hal penting, yaitu motivasi pengunjung membeli pakaian bekas di pasar Loak Karang Sukun Mataram dan stratifikasi sosial yang membeli pakaian bekas di Pasar Loak Karang Sukun Mataram.

1. Motivasi Membeli Pakaian Bekas

Motivasi pengunjung untuk membeli pakaian bekas adalah disebabkan oleh beberapa faktor. Anisa (17 tahun) adalah seorang siswa SMA dari Mataram mengatakan “ Saya senang belanja di tempat ini karena baju-baju di sini lumayan berkualitas dan harga sangat murah”. Demikian juga dengan Andika (23 tahun) seorang mahasiswa dari perguruan tinggi swasta di Mataram mengatakan “ Pakaian di sini murah-murah dan berkualitas”. Jawaban yang sama adalah dari Hadri (30 tahun), yang mengaku kalau dirinya bekerja di sebuah instansi negeri “Saya sering belanja di toko, tapi saya bandingkan pakaian yang ada di sini, pakaian di sini lebih berkualitas dan jarang samanya, dan juga harga murah”.

Aripin (45 tahun) dari kalangan masyarakat biasa mengatakan “ Pakaian di sini adalah semuanya impor dan berkualitas. Selain harga murah juga unik modelnya” . Demikian juga dari Nurul Hayati (55 tahun) dari pegawai swasta “ saya sering belanja di sini soalnya berkualitas, unik, tahan lama, jahitannya bagus, dan modelnya unik-unik, dan jarang samanya, bahkan tidak ada samanya di toko”. Abdi Hanfi (20 tahun) dari kalangan mahasiswa mengatakan “Sebagai mahasiswa harus banyak baju ganti, jadinya cari yang murah seperti di tempat ini. Juga bahannya berkualitas, dan juga model yang unik serta tidak banyak samanya, apalagi saya tidak suka kalau ada orang yang sama dengan baju saya”.

Alasan lain pengunjung membeli pakaian bekas adalah karena pengaruh lingkungan pergaulan, seperti yang dialami oleh Mukmanillah (30 tahun) dari warga masyarakat biasa mengatakan “Saya awalnya tidak suka pakai pakaian bekas atau robongan karena malu. Tapi setelah melihat penampilan teman-teman saya yang sering berbelanja di Pasar Sukun, saya pun tertarik untuk kesana. Ternyata di pasar sana banyak pilihan, dan bermerek, kualitasnya juga lebih bagus. Murah juga harganya, kalau kita punya uang seratus ribu, kita bisa dapat baju tiga lembar”. Demikian juga dengan Sudirman (47 tahun) dari luar daerah Mataram mengatakan “Jauh-jauh saya datang ke pasar ini demi untuk mencari pakaian yang unik. Tapi sebenarnya sih awalnya gak tertarik pakaian bekas, tapi karena ajakan teman akhirnya saya ikut beberapa hari yang lalu, dan ternyata pakaian bekas atau impor yang ada di sini murah-murah, dan berkualitas. Jarang juga ada samanya. Kalau kita beli di Mall banyak samanya”.

Hal lain yang menfaktorasi pengunjung berbelanja di Pasar Karang Sukun yaitu gaya hidup. Gaya hidup pengunjung di sini sangat terkait dengan cara menentukan sikap atau pilihan. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Ahmad Muzakkir (38 tahun) yang mengaku dirinya sebagai wirausaha “ Saya sangat mampu beli pakaian di mall. tapi saya suka yang unik-unik, suka pakaian yang unik atau model yang langka tapi bagus sehingga saya menentukan pilihan untuk lebih banyak berbelanja di Pasar Sukun di banding di toko-toko atau mal”. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Lestari dari kalangan pegawai kantor dengan mengatakan “Kalau pakaian dari Mall atau toko saya juga banyak, tapi saya senang datang di tempat ini karena banyak model yang

bagus, unik, dan hanya bermodalkan seratus ribu kita bisa dapat baju tiga sampai empat lembar. Apalagi saya suka ganti-ganti baju dengan model yang trend”.

Selain melakukan wawancara, peneliti juga mengamati antusias pengunjung yang datang di Pasar Karang Sukun. Sebagian pengunjung ramai mengelilingi pakaian bekas yang baru dibuka dari karung sembari membonkar-bangkir lembaran dan mengamati pakaian bekas yang bagus. Sebagian juga yang memilih untuk memilih pakaian bekas yang sudah tergantung di dalam toko atau di bawah tenda yang disediakan oleh pihak pengelola pasar.

Dari pengamatan yang telah dilakukan, tak jarang pengunjung yang membawa satu kantong plastik hitam. Rata-rata mereka membawa dua atau tiga kantong plastik hitam yang terisi pakaian bekas, bahkan terkadang mereka memilih kantong plastik hitam yang besar dan terisi lembaran-lembaran pakaian bekas. Mereka pun juga memilih yang bermotif, unik, dan yang masih kelihatan utuh dan tampak layak pakai.

Tak jarang pengunjung yang datang sendiri, rata-rata mereka berbarengan dengan teman-teman datang di Pasar Karang Sukun. Artinya tentu mereka saling mempengaruhi atau saling mengajak. Selama melakukan penelitian di Pasar Karang Sukun, terkadang peneliti menemukan beberapa orang yang hampir tiap hari datang berbelanja di tempat ini. Itulah gambaran gaya hidup mereka yang senang memakai pakaian bekas namun berkualitas, bermerek, murah, dan bermodel.

Selain itu, rata-rata pelanggan yang ada di Pasar Karang Sukun pintar menawar harga. Mereka rata-rata menawar harga antara lima belas ribu hingga lima puluh ribu rupiah. Namun pedagang yang ada di tempat ini terkadang berkeras mempertahankan harga jika barang itu memang terlihat sangat bagus sehingga mematok harga antara enam puluh ribu rupiah hingga delapan puluh ribu rupiah. Artinya di bawah seratus ribu rupiah masih tergolong murah jika dibandingkan dengan harga barang-barang baru yang ada di toko-toko atau Mal.

Peneliti pun juga tetap ikut dalam mengamati model, kualitas dan keunikan pakaian bekas yang ada di Pasar Karang Sukun. Dari kenyataan yang ada, tidak salah jika dikatakan bahwa di pasar ini banyak pilihan terhadap pakaian bekas atau pakaian impor yang bermotif, memiliki model yang unik dan trendy, serta masih kelihatan utuh dan kuat.

Ukuran pakaian bekas yang ada di pasar ini terkadang lebih besar dari ukuran badan pelanggan. Namun karena mereka kelihatan senang pakaian bermotif, model, kualitas, dan harga yang murah akhirnya mereka pun tetap mengambilnya dengan mengubahnya pada tukang jahit. Pada wilayah pasar ini tersedia beberapa tukang jahit yang siap untuk merubah ukuran atau bentuk pakaian yang diinginkan oleh pelanggan.

Selain wawancara dan pengamatan, beberapa dokumen seperti dari Kantor Kelurahan Mataram Timur mengatakan bahwa banyak hal yang mempengaruhi pengunjung kedatangan di Pasar Karang Sukun, yakni faktor ekonomi atau harga terjangkau, barang-barang bekas yang ada di pasar tersebut merupakan barang-barang impor yang berkualitas. Selain itu, barang-barang bekas yang dijual di Pasar Karang Sukun adalah barang-barang yang bermerek terkenal, dan juga memiliki model yang unik atau trendy.

Dari hasil wawancara, pengamatan, dan berdasarkan dari dokumen yang ada di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi orang-orang untuk berbelanja pakaian bekas di Pasar Karang Sukun adalah faktor kualitas barang, keunikan atau model trendy, gaya hidup, pengaruh lingkungan sosial atau ajakan teman, dan faktor ekonomi atau harga yang terjangkau.

2. Stratifikasi Sosial Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Karang Sukun

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa responden, bahwa stratifikasi pengunjung atau pelanggan yang ada di Pasar Karang Sukun, khususnya yang membeli pakaian bekas di tempat ini adalah dari berbagai kalangan. Hendra Ahmad (21 tahun)

mengatakan “ Sebagai mahasiswa harus banyak baju untuk ke kampus, sementara ekonomi orang tua saya tidak terlalu tinggi jadinya belanja baju di sini biar bisa dapat beberapa baju untuk kuliah”. Demikian juga dengan Erlina Nurcahya (15 tahun) mengatakan “Banyak pilihan berbelanja di tempat ini, pakain untuk remaja banyak sekali, lagian murah dan berkualitas dan juga kren-kren baju-baju di sini. Apalagi kita anak sekolah maksud saya anak SMA sudah butuh pakain-pakaian santai untuk sekolah sore atau les”.

Arman Lutfi (19 tahun) mengatakan “Saya dari warga masyarakat biasa, pengangguran dan tidak punya uang banyak untuk beli baju toko atau Mal jadi saya pilihan saya di pasar ini”. Suharman (45 tahun) mengatakan “ Ya sebagai orang kantoran yang kerjanya di swasta harus ganti-ganti baju tiap hari sementara harga baju di toko-toko besar lumayan tinggi, jadi saya pilih tempat ini untuk belanja baju, apalagi saya lihat berkualitas dan masih kelihatan layak pakai”. Demikian juga dengan Dedy Hariawan (40 tahun) mengatakan “Walaupun saya pegawai kantoran tapi saya tetap senang belanja di tempat ini. Alasannya karena pakaian bekas di sini masih kelihatan utuh dan berkualitas. Modelnya juga bagus dan bermerek internasional”.

Lain halnya dengan Nurul Fatimah (23 tahun) mengatakan “Saya tidak banyak uang untuk beli baju baru di toko, dan di sini ada yang murah mendingan di sini saja. Lagian saya kebanyakan pergi di kebun saja.”. Hal senada yaitu dari Novainti (27 tahun) mengatakan “Kalau baju di Mal saya bisa beli, hanya saya perhatikan baju-baju di sini cantik-cantik dan bermerek, dan juga masih bagus kualitasnya jadi saya senang belanja di sini, dan walaupun suami saya seorang pegawai kantoran”.

Berdasarkan pengamatan yang ada pada pengunjung yang datang berbelanja di Pasar Karang Sukun, di mana terkadang kita temukan anak sekolah yang berpakaian seragam di tempat ini dengan membawa kantong plastik hitam yang berisi pakaian bekas, dan terlebih mahasiswa yang masih memungungi tas rangsalnya ramai bedatangan di tempat ini. Selain itu, juga banyak ditemukan ibu-ibu, baik yang mengenakan seragam kantoran maupun yang berbusana biasa. Demikian juga dengan kalangan warga masyarakat biasa, seperti petani, atau yang bekerja di sektor informal banyak ditemukan di pasar ini untuk berbelanja pakaian bekas.

Dari beberapa dokumen, seperti di media sosial (Kampung Media) mengatakan bahwa terdapat stratifikasi sosial pada pengunjung Pasar Karang Sukun, yaitu khususnya pada bagian penjualan pakain bekas. Demikian juga di Kompasiana terpublish tentang Pasar Karang Sukun, khususnya yang terkait dengan stratifikasi pelanggan. Intinya bahwa pelanggan yang sering berbelanja di pasar ini adalah dari berbagai kalangan atau golongan, yaitu mulai dari golongan bawah hingga golongan menengah ke atas.

Berdasarkan dari hasil wawancara, observasi atau pengamatan, serta dokumen di mana dapat disimpulkan bahwa stratifikasi pelanggan yang ada di Pasar Karang Sukun, yaitu khususnya di bagian pakaian bekas yaitu, dari kelas bawah, menengah ke atas. Kelas bawah di tempati oleh kalangan warga masyarakat biasa seperti pengangguran, buruh tani, sopir angkot, pedagang asongan, tukang parkir, dan atau pekerja kebun. Kalangan menengah ke atas yaitu dari kalangan pedagang, anak sekolah, dan mahasiswa, serta pegawai kantoran dan sederajatnya.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Faktor Membeli Pakaian Bekas

Pasar Karang Sukun merupakan salah satu pasar tradisional yang terletak di wilayah Kota Mataram, yaitu tepatnya di Kelurahan Mataram Kecamatan Mataram Timur. Pasar ini memiliki lahan khusus untuk penjualan pakain bekas sehingga dijuluki Pasar Loak. Kondisi pasar ini sangat diramikan oleh pengunjung atau pelanggan. Beberapa alasan bagi pengunjung sehingga selalu menyempatkan diri untuk berbelanja di tempat pakaian bekas ini adalah karena faktor ekonomi atau harga murah. Selain itu, beberapa juga yang beralasan karena pakaian-pakaian yang ada di Pasar Loak ini

bermerek terkenal, berkualitas, unik atau memiliki model yang trendy. Sebagian juga pelanggan mengaku kalau dirinya senang di tempat ini adalah karena pengaruh lingkungan sosial atau ajakan teman, dan juga factor gaya hidup. Berikut akan dijelaskan secara rinci.

a. Faktor ekonomi.

Faktor ekonomi merupakan salah satu faktor yang menyebabkan orang-orang membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun. Faktor ekonomi ini dapat diartikan bahwa rata-rata pengunjung melihat kondisi perekonomian atau kondisi keuangan mereka sehingga ketika bertemu dengan barang murah tapi masih berkualitas dan sama sekali dapat memenuhi kebutuhannya, mereka pun menjadikan suatu alternatif untuk berbelanja. Pakaian bekas yang masih berkualitas dan harga yang sangat terjangkau oleh konsumen di Pasar Karang Sukun membuat banyak orang membeli pakaian bekas di tempat ini.

Selain alasan perekonomian yang tidak tinggi, sebagian pengunjung atau pelanggan yang memiliki tingkat perekonomian yang mapan namun tertarik juga untuk membeli pakaian bekas di pasar ini. Bukan hanya karena pakain bekas atau pakain impor yang ada di pasar ini masih berkualitas, bermerek terkenal, bahkan memiliki model yang unik dan trendy namun pengunjung atau pelanggan memilih harga murah demi untuk menekan jumlah pengeluaran mereka pada kebutuhan sandang. Ketika mereka bertemu dengan pasar ini, mereka pun lebih senang untuk selalu menyempatkan diri di tempat ini, bahkan menjadikan alternatif paforit dalam memenuhi kebutuhan pakaian.

Ada banyak pengunjung yang berpendapat bahwa keberadaan pakaian bekas di Pasar Karang Sukun justru menjadi salah satu jalan untuk memecahkan keinginan seseorang agar memiliki pakaian berkualitas, bermerek dan trendy. Dalam kenyataannya, beberapa pengunjung atau pelanggan yang agak kesulitan memenuhi keinginannya dalam membeli pakaian bagus, ternyata dapat terkabulkan ketika berkunjung di pasar ini. Dalam hal ini pula dapat dipahami bahwa seseorang dapat memulai suatu keinginan karena dipicu oleh suatu motif tertentu, hal ini adalah motif ekonomi, seperti yang trjadi pada Pasar Karang Sukun, yaitu khususnya pada lokasi penjualan pakaian bekas atau pakain impor.

Hal lain yang menarik dalam pembahasan ini adalah beberapa responden menyatakan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun adalah tidak terlalu banyak. Seratus ribu rupiah, dua ratus ribu, bahkan tiga ratus ribu yang mereka bawa ke pasar ini, mereka pun udah bisa membeli bermacam jenis pakaian dan jumlah lembar pakaian yang lumayan banyak. Artinya jikalau dibandingkan dengan membeli baju baru di Mal, itu paling mendapatkan satu atau dua lembar saja pakaian dengan harga tiga ratus ribu rupiah..

b. Faktor Lingkungan Sosial

Manusia dalam hidupnya tentu ingin selalu bersama. Dalam kebersamaan mereka, tentu mereka selalu berinteraksi satu sama lan baik untuk saling menolong, saling memberi, saling mempengaruhi, dan ain-lan. Selain itu, manusia hidup dibebagai lingkungan, yaitu lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan lingkungan sekolah. Dalam setiap lingkungan tentu pula akan memberi pengalaman yang dapat berpengaruh terhadap perubahan tingkah laku seseorang. Interaksi antar manusia dalam lingkungan adalah suatu wujud nyata yang dapat menmbulkan pengaruh secara timbal balik. Kapan dan dimana pun orang berada dapat mendorong atau mengarahkan prilaku seseorang tersebut dalam mencapai suatu tujuan untuk memenuhi suatu kebutuhannya seperti kebutuhan pakaian.

Terkait dengan hal di atas, yaitu khususnya yang menyangkut tentang pengaruh- mempengaruhi, di mana seorang tertarik membeli pakain bekas karena dipengarhi oleh lingkungan pergaulannya. Dalam hal ini, sifat mempengaruhi dapat

terjadi dengan melalui pergaulan sesama teman, keluarga, maupun dengan tetangga. Beberapa pelanggan yang datang membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun adalah bukan hanya karena pakaian bekas yang ada di pasar tersebut berkulaitas, bermerek dan uni atau trendy, melainkan karena diajak oleh keluarga, handaitaulan atau pun tetangganya.

Pengaruh –mempengaruhi bukan hanyaterjadi dalam bentuk ajakan. Akan tetapi, bisa juga terjadi dengan melihat penampilan orang-orang sekitar. Artinya, beberapa warga masyarakat yang sering membeli pakaian bekas di Pasar karang Sukun adalah karena terpancing oleh penampilan orang-orang sekitar yang sering berbelanja di pasar tersebut untuk membeli pakaian bekas atau pakaian impor yang bermerek Internasional.

Faktor ekonomi dengan factor lingkungan sosial sehingga memilih untuk berbelanja dipasar Karang Sukun sangat terkait. Ketika seseorang yang memiliki tingkat ekonomi yang kurang mapan, dan diarahkan oleh seorang teman atau orang sekitar tentu dapat menyebabkan perubahan prilaku sehingga menentukan suatu sikap. Dalam hal ini beberapa pelanggan Pasar Karang Sukun menjadikan tempat ini untuk berbelanja karena selain tingkat perekonomian mereka yang kurang mapan, dan juga karena arahan atau ajakan oleh orang-orang sekitar, seperti teman, dan tetangga terdekat.

c. Faktor Gaya Hidup

Gaya hidup atau Lifestyle adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktifitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Dalam hal ini, sebagian pelanggan pakaian bekas yang ada di Pasar Karang Sukun memiliki tingkah laku atau sikap terhadap pemenuhan kebutuhan akan pakaian. Mereka senang mengenakan pakaian yang bagus dan unik namun memilih tempat penjualan yang murah sehingga mampu menunjukkan dirinya sebagai golongan manusia yang mampu bersaing dengan penampilan orang-orang yang sering berbelanja di tempat mahal. Hal inilah yang membuat mereka tertarik untuk berbelanja di Pasar Karang Sukun Mataram.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Artinya seseorang yang memiliki pola tingkah laku sehari-hari dengan menyesuaikan tingkat kemampuan dan kondisi yang ada. Beberapa pengunjung di Pasar Karang Sukun memiliki kebiasaan dan alternatif belanja di tempat murah namun tetap memperhatikan kualitas dan penampilan yang unik atau trendy, Pasar Karang Sukun menjadi alternatif shopping (berbelanja) mereka untuk memenuhi sebagian kebutuhan akan pakaian. Artinya pula bahwa mereka bukan hanya berbelanja di Pasar Karang Sukun dalam memenuhi kebutuhan akan sandang atau pakaian, melainkan juga di tempat lain.

Dari sisi ekonomi, gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Hal ini dapat diartikan bahwa bagaimana seseorang memiliki tingkah laku untuk selalu mengeluarkan uang dalam memenuhi kebutuhan, dan berusaha untuk memiliki waktu khusus dalam memenuhi aktifitasnya untuk berbelanja. Pada Pasar Karang Sukun, sebagian warga masyarakat mengalokasikan waktu khusus untuk berbelanja pada hari-hari tertentu. Mereka pun telah berupaya untuk menyiapkan keuangan demi pencapaian keinginannya dalam berbelanja pakaian bekas pada hari-hari tertentu. Mereka senang dengan pakaian yang bagus namun harga yang murah, serta model yang bagus sehingga mereka bisa menunjukkan bahwa pakaian yang dikenakan

adalah pakain yang kurang lebih sama dengan apa yang ada di took-toko besar atau di Mal.

d. Faktor Kualitas, Merek, Dan Model

Semua orang menginginkan pakain yang berkualitas, bermerek, dan memiliki model yang unik dan lagi trendy. Pada Pasar Karang Sukun, memang menyediakan barang-barang bekas, akan tetapi barang-barang atau pakain bekas yang diperdagangkan di tempat ini adalah berasal dari luar negeri, seperti dari Malaysia, Singapura, dan Korea. Pakain-pakaian bekas di sini tampak berkualitas, tahan lama, bermerek Interatinoanl, dan memiliki model yang unik dan trendy. Ada banyak responden atau pelanggan Pasar Karang Sukun yang mengatakan bahwa kualitas pakaian yang diperdagangkan di pasar ini kurang lebih sama dengan apa yang ada di took-toko besar atau Mal. Namun sebagian juga pelanggan mengakui jikalau pakaian yang ada di Pasar Karang Sukun lebih bagus kualitasnya jika dibandingkan dengan apa yang ada di toko-toko, bahkan di Mal. Itulah alasan dari para pengunjung atau pelanggan sehingga tertarik untuk membeli pakaian bekas yang ada di Pasar Karang Sukun Mataram.

Khusus untuk pakain anak remaja atau mahasiswa, sangat banyak diperdagangkan di tempat ini. Model yang sama dengan apa yang ada di toko-toko besar atau Mal, bahkan lebih unik dan trendy sehingga mereka senang membeli pakain bekas di tempat ini sehingga pasar pakaian bekas ini cukup ramai oleh kelompok mahasiswa. Dalam kenyataan yang ada, konsumen yang sering berkunjung untuk membeli pakain bekas di Pasar Karang Sukun adalah didominasi oleh kalangan mahasiswa.

Pasar Karang Sukun juga terkenal sebagai sentra penjualan pakaian bekas di Pulau Lombok, bahkan di Nusa Tenggara Barat. Hal ini disebabkan karena barang-barang yang ada di pasar ini masih sangat berkualitas, memiliki model yang unik, dan cukup trendy di zaman sekarang. Selain itu, harga yang murah dan sangat dapat terjangkau sehingga ramai dikunjungi oleh orang-orang, termasuk dari luar daerah Lombok.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor penyebab konsumen membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun Mataram, yaitu faktor ekonomi, faktor lingkungan sosial atau pergaulan, faktor gaya hidup, dan faktor kualitas, merek, dan model pakaian yang lagi trendy.

e. Stratifikasi Pembeli Pakaian Bekas Di Pasar Karang Sukun

Stratifikasi sosial adalah pembedaan atau pengelompokan para anggota masyarakat secara vertikal. Dalam hal ini pengelompokan status sosial bagi konsumen yang membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun Mataram yaitu dari berbagai kalangan dan dibagi ke dalam dua bagian, yaitu stratifikasi bawah dan menengah ke atas.

Kelompok konsumen yang menduduki klasifikasi bawah yaitu para konsumen yang bekerja sebagai buruh tani, sopir angkot, pengangguran, pedagang asongan, tukang parkir, dan sederajatnya. Sedangkan kelompok konsumen yang menduduki klasifikasi sedang keatas yaitu dari konsumen yang berprofesi sebagai anak sekolah, mahasiswa, pedagang, dan pegawai kantoran, baik yang bekerja di instansi negeri maupun yang bekerja di swasta.

Dalam hal ini pula dijelaskan bahwa penggolongan kelompok konsumen yang membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun Mataram hanya dibagi dua golongan yakni golongan bawah dan menengah ke atas. Golongan menengah ke atas adalah penggabungan dari golongan menengah atau sedang dengan golongan di atas, namun karena golongan menengah dan di atas adalah kurang lebih sama sehingga digolongkan menjadi satu golongan saja, yaitu golongan menengah ke atas .

5. KESIMPULAN

Pakaian bekas merupakan salah satu alternatif dalam memenuhi kebutuhan akan pakaian. Rasionalitas yang menjadi alasan membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun Mataram yaitu, faktor ekonomi, faktor lingkungan sosial atau pergaulan, faktor gaya hidup, dan faktor kualitas pakaian, merek, kunikan atau model pakaian yang lagi trendy di zaman sekarang.

Stratifikasi konsumen yang membeli pakaian bekas di Pasar Karang Sukun Mataram, yaitu terdiri golongan bawah dan menengah ke atas. Golongan bawah ditempati oleh kaum buruh tani, sopir angkot, tukang parkir, pedagang asongan dan sederajatnya. Sedangkan golongan menengah ke atas, yaitu ditempati oleh kalangan anak sekolah, mahasiswa, pedagang, dan pegawai kantoran baik yang bekerja di instansi negeri maupun di swasta

6. SARAN

1. Agar pengelola Pasar Karang Sukun Mataram khususnya di bagian pakaian bekas lebih memperhatikan kenyamanan dan kebersihan tempatnya.
2. Untuk konsumen agar setiap pakaian bekas yang dibeli dicuci sampai bersih biar kuman-kuman penyakit yang menempel pada pakaian bisa hilang.
3. Sebaiknya pembeli lebih teliti dalam memilih pakaian bekas supaya mendapatkan pakaian yang layak dipakai atau sesuai dengan selera.
4. Agar penjual memberi harga terjangkau atau murah pada pembeli, karena pakaian tersebut adalah pakaian bekas.
5. Pemerintah harus mendukung penuh usaha kecil menengah tersebut agar tetap bisa memberi kontribusi kepada peningkatan ekonomi pasar, dan juga membantu masyarakat dalam mewujudkan pemenuhan kebutuhan akan sandang yang berupa pakaian dengan harga yang terjangkau namun tetap berkualitas.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Abercrombie, Nicholas., Hill, Stephen., dan Turner, Bryan S. 2010. *Kamus Sosiologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Alimul H, Aziz, 2006, *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia*. Surabaya: Salemba Medika
- Damsar, 2011, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- <https://dosenpintar.com/pengertian-konsumen>
- <https://www.neliti.com/id/publications/31280/motivasi-masyarakat-membeli-pakaian-bekas-di-pasar-senapelan-pekanbaru>
- Kolip, Usman, dan, M. Setiadi, Elly, 2011, *Pengantar Sosiologi*, Jakarta: Prenada Media Group
- Mandey, Silvy L. 2009. Pengaruh Faktor gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal* Vol. 6 No.1.
- Maslow, Abraham H. 1984. *Motivasi dan Kepribadian*. Jakarta : PT. Gramedia
- Nasution, S. 2002, *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara
- Poerwadarminto, W.J.S.2006. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Potter dan Patrici, 1997, *Kebutuhan Manusia*, Jakarta: Tiara WacanaSoekanto, Soejono, 1990, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: CV Rajawali Press.
- Sudrajad, akhmad. 2008. *Teori Teori Motivasi*, Jakarta: PT. Gramedia. Swanburg. 2006. *Motivasi*. Jakarta: Bintang pustaka.