

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	9
1.3    Tujuan Penelitian .....	10
1.4    Manfaat Penelitian .....	10
1.5    Batasan Penelitian.....	10
1.6    Sistematika Penulisan .....	11
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1    Makna .....	12
2.2    Luxury Consumption .....	12
2.3    Luxury Fashion Goods.....	13
2.4    Conceptual Framework of Luxury Consumption .....	14
2.5    Perspectives on Second-hand consumption.....	17
2.6    Meanings of Second-hand Luxury Possessions.....	19
2.7    Penelitian Terdahulu .....	22
2.8    Kerangka Konseptual.....	23
BAB III .....	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1    Desain Penelitian .....	24
3.2    Subjek Penelitian .....	24
3.3    Jenis dan Sumber Data.....	26

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4.1	Survei Awal (Preliminary Survey).....	26
3.4.2	Studi Literatur .....	27
3.4.3	In-depth interview .....	27
3.4.4	Observasi.....	28
3.4.5	Materi Audio Visual.....	28
3.5	Metode Analisis Data.....	28
3.6	Verifikasi Data .....	31
3.7	Pedoman Wawancara.....	31
BAB IV .....		34
ANALISIS & PEMBAHASAN.....		34
4.1	Tema ke 1: Real Deal.....	34
4.1.1	Subtema 1: Dapat membeli luxury item dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang masih baik ..	34
4.1.2	Subtema 2: Preloved branded item dapat dijual kembali dan dijadikan alat investasi .....	37
4.1.3	Subtema 3: Memiliki sense of belonging yang tinggi terhadap preloved branded items yang mereka miliki .....	40
4.1.4	Subtema 4: Dapat membeli luxury products yang sudah tidak dijual ditoko.....	41
4.2	Tema ke 2: Status Symbol .....	44
4.2.1	Subtema 1: Dapat meningkatkan status sosial saat membeli preloved branded item .....	44
4.2.2	Subtema 2: Membeli barang preloved branded dapat meningkatkan lifestyle dari pemiliknya .....	46
4.3	Tema ke 3: Self-Fulfillment.....	49
4.3.1	Subtema 1: Membeli preloved branded item dapat memenuhi kepuasan diri sendiri .....	49
4.3.2	Subtema 2: Membeli preloved branded item dapat memberikan perasaan keseruan (fun & thrill) bagi responden .....	52
4.3.3	Subtema 3: Membeli preloved branded item yang sesuai dengan kepribadian individu .....	53
4.4	Tema ke 4: Risk investment.....	55
4.4.1	Subtema 1: Kekhawatiran akan mendapatkan barang palsu .....	56
4.4.2	Subtema 2: Resiko membeli barang preloved branded adalah mendapatkan barang yang memiliki defect (cacat) .....	57
4.4.3	Subtema 3: Cara-cara untuk menghindari pemalsuan.....	59
BAB V .....		64
KESIMPULAN.....		64
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Rekomendasi.....	66
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	67
DAFTAR PUSTAKA .....		68

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Data Brand Fashion Mewah asal Eropa dan Amerika yang membuka toko di Indonesia.....	2
<b>Tabel 2. 1</b> Hubungan Konseptual antara second-hand goods, vintage items, and collector's pieces .....	19
<b>Tabel 2. 2</b> Penelitian Terdahulu .....	22
<b>Tabel 3. 1</b> Karakteristik Demografis dari Responden .....	25
<b>Tabel 3. 2</b> Pedoman Wawancara .....	32
<b>Tabel 4.1. 1</b> Dapat membeli luxury item dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang masih baik (Subtema 1) .....	35
<b>Tabel 4.1. 2</b> Preloved branded item dapat dijual kembali dan dijadikan alat investasi (Subtema 2) .....	38
<b>Tabel 4.1. 3</b> Memiliki sense of belonging yang tinggi terhadap preloved branded items yang mereka miliki (Subtema 3).....	40
<b>Tabel 4.1. 4</b> Dapat membeli luxury products yang sudah tidak dijual ditoko (Subtema 4).....	42
<b>Tabel 4.2. 1</b> Dapat meningkatkan status sosial saat membeli preloved branded item (Subtema 1) .....	44
<b>Tabel 4.2. 2</b> Membeli barang preloved branded dapat meningkatkan lifestyle dari pemiliknya (Subtema 2).....	47
<b>Tabel 4.3. 1</b> Membeli preloved branded item dapat memenuhi kepuasan diri sendiri (Subtema 1) .....	49
<b>Tabel 4.3. 2</b> Membeli preloved branded item dapat memberikan perasaan keseruan (fun & thrill) bagi responden (Subtema 2).....	52
<b>Tabel 4.3. 3</b> Membeli preloved branded item yang sesuai dengan kepribadian individu (Subtema 3) .....	53
<b>Tabel 4.4. 1</b> Kekhawatiran mendapatkan barang palsu (Subtema 1) .....	56
<b>Tabel 4.4. 2</b> Resiko membeli barang preloved branded adalah mendapatkan barang yang memiliki defect /cacat (Subtema 2) .....	57
<b>Tabel 4.4. 3</b> Cara-cara untuk menghindari pemalsuan (Subtema 3) .....	59
<b>Tabel 4.5. 1</b> Identifikasi Tema Berulang .....	63

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Pyramid of Luxury Brand.....	3
<b>Gambar 1. 2</b> Toko Online Hermesien .....	4
<b>Gambar 1. 3</b> Toko Online Banananina.com.....	4
<b>Gambar 1. 4</b> Akun Instagram Pasangan Artis papan Atas Indonesia Raffi Ahmad dan Nagita Slavina.....	5
<b>Gambar 1. 5</b> Kegiatan Live Sale toko Hermesien Closet dengan Nagita Slavina.....	6
<b>Gambar 1. 6</b> Pengumuman Live Sale dengan Influencer Tasyi Athasyia dan Shania Melia.....	6
<b>Gambar 1. 7</b> Four drivers Fuelling the Growth of Luxury Resale .....	7
<b>Gambar 2. 1</b> Integrated Conceptual Framework of Luxury Goods Consumption .....	14
<b>Gambar 2. 2</b> Meanings of Second-hand Luxury Possessions .....	21
<b>Gambar 2. 3</b> Kerangka Konseptual .....	23
<b>Gambar 5. 1</b> Makna-makna dari Kepemilikan Preloved Luxury Fashion Item pada Wanita Indonesia .....	64