

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

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

DAFTAR GAMBAR

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