

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat *beli second hand clothing*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang mengetahui produk *second hand clothing*, namun belum pernah melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli *second hand clothing*. Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan minat beli *second hand clothing* dapat dilakukan melalui edukasi dan dukungan lingkungan sosial. Keterbatasan penelitian ini terletak pada karakteristik responden yang relatif homogen, yaitu mayoritas berasal dari kalangan usia muda dan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih beragam agar hasilnya dapat digeneralisasi lebih luas.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of attitude, subjective norms, and perceived behavioral control on purchase intention toward second-hand clothing. The research approach used is quantitative with a causal associative method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are aware of second-hand clothing products but have never made a purchase. The results of this study indicate that attitude, subjective norms, and perceived behavioral control have a significant positive effect on purchase intention of second-hand clothing. The implications of these findings suggest that increasing the purchase intention of second-hand clothing can be achieved through education and social environmental support. The limitation of this study lies in the relatively homogeneous characteristics of the respondents, who are mostly young people and university students. Therefore, future research is recommended to use more diverse samples to allow for broader generalization of the results.

Keywords: *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Purchase Intention*