

CHAPTER 7

CONCLUSION

7.1. Conclusion

To address the issues of declining revenue and the prohibition on importing second-hand clothing, the chosen solution is to create a new market using the Blue Ocean Strategy. This strategy involves developing reworked jackets, which combine two defective or damaged jackets into one unique and high-quality jacket. This strategy circumvents regulations on importing second-hand clothing by eliminating the use of imported materials.

Additionally, several elements need to be rebuilt: 1) eliminating the disposal of defective items and operating within banned sectors, 2) reducing environmental impact while enhancing product variety, 3) improving product quality, uniqueness, and fostering positive public perception through social media content on platforms like Instagram and TikTok, and 4) creating reworked jacket products with customization options.

This strategy also targets new customer segments previously untapped by Thrift Shop X, categorizing them into three non-customer segments. The first tier includes thrift store shoppers looking for unique, high-quality options. The second tier consists of individuals who avoid thrift stores due to concerns about quality, fashion, or hygiene. The third tier comprises potential customers who have never considered purchasing reworked jackets and are unaware of thrift store offerings.

Finally, according to customer feedback gathered from the Blue Ocean Strategy implementation, more than 80% of respondents rated the design of reworked jackets 4 out of 5, highlighting strong interest. This feedback underscores the successful achievement of the pre-defined critical success factors.

7.2. Suggestion

- a. In future research, it is recommended to develop a Blue Ocean Strategy (BOS) that incorporates all principles, specifically "overcoming key organizational hurdles" and "integrating execution into strategy." These elements were not implemented in this study of the thrift shop due to research limitations, but they are essential for creating a comprehensive and effective BOS.

- b. Future studies should consider incorporating cost and pricing considerations using BOS tools such as the price corridor of the target mass. This approach can help determine optimal pricing strategies that appeal to a broad customer base while maintaining profitability, ensuring the economic viability of the product market in the long term.



REFERENCES

- Arsyadi, M. G. R., Wulandari, S., & Alam, P. F. (2023). Improvement of digital marketing strategy Kickskemon cleaning shoe service with SOSTAC method. *e-Proceedings of Engineering*, 10(2), 928.
- Baskoro, B. (2020). Analisis strategi pengembangan terhadap peningkatan penjualan menggunakan pendekatan Blue Ocean Strategy pada UKM Kobessah Kopi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/123456789/30497>
- Bora, M. A., Sanusi, & Bayu, A. (2018). Pengembangan kemasan produk Khansa Pizza untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). <https://doi.org/10.31227/osf.io/zhdme>.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson uk.
- Christensen, C., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2013). The big idea: what is disruptive innovation?. MA, USA: Harvard Business Review.
- Effendy, A. A., Mas'adi, M., & Murtiyoko, H. (2021). Implementation of digital marketing strategies to increase sales during the COVID-19 pandemic. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 155-163.
- Guttentag, D. A. (2015). Airbnb and the rise of peer-to-peer accommodation: A disruptive innovation analysis. *Journal of Tourism Management*, 50, 72-81.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Hermawan, L. (2015). Dilema diversifikasi produk: meningkatkan pendapatan atau menimbulkan kanibalisme produk?. *Competence: Journal of Management Studies*, 9(2).
- Hida, A. R. N., & Dewi, Y. R. (2021). Marketing strategies through Instagram to increase sales. *BISTIC Business Innovation Sustainability & Technology International Conference*. Atlantic Press, 193, 273-277.

- Howe, S. (April 2024). *Social Media Statistics for Indonesia*. Accessed on 26 June 2024 from <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>.
- Ikhwan, R. (2018). Analisis perancangan strategi dengan pendekatan blue ocean strategy untuk meningkatkan penjualan dalam persaingan bisnis (studi kasus di kedai kopi). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/6321>.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy*. USA: Financial Times Prentice Hall.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. A. (2014). *Blue Ocean Strategy, expanded edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business Review Press.
- McGrath, R. G. (2013). *The end of competitive advantage: How to keep your strategy moving as fast as your business*. Harvard Business Review Press.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 127-138.
- Ningrum, R. A., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2016). Strategi perencanaan dengan pendekatan Blue Ocean Strategy untuk meningkatkan penjualan dalam persaingan bisnis pada CV Bang Husin. *Repository Universitas Muhammadiyah Jember-Jurnal Skripsi*.
- Nurunisa, V. F., & Dewi, K. T. (2021). The blue ocean strategy analysis of chrysanthemum flower. In *E3S Web of Conferences*. EDP Sciences.
- Paramita, A., & Kristiana, L. (2013). Teknik focus group discussion dalam penelitian kualitatif. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16(2), 117-127.
- Permatasari, A. S., Rahmadhan, S., Firdausy, W. J., & Meidianti, H. L. (2021). Pengaruh komunikasi pemasaran thrift shop terhadap tingkat konsumsi fashion di masa pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 93-107.
- Porter, M. E. (2011). *Competitive advantage of nations: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43-56.
- Reiley, K., & DeLong, M. (2011). A consumer vision for sustainable fashion practice. *Fashion Practice*, 3(1), 63–83.
- Riyanto, S., & Azis, M. N. L. (2020). Analisis SWOT untuk strategi pengembangan inovasi disruptif Program Studi Teknik Informatika. *In Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENATIK)*, 3(1), 33-40.
- Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. *Kogan Page Publishers*.
- Suprpto, H. (2019). Penerapan strategi pemasaran melalui pendekatan pengembangan produk guna meningkatkan volume penjualan pada CV Silvi MN Paradila Parengan Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(2), 953–962.
- Ton, Z., & Raman, A. (2010). The effect of product variety and inventory levels on retail store sales: A longitudinal study. *Production and Operations Management*, 19(5), 546-560.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). *Product design and development* (6th ed.). United States of America: McGraw-Hill Education.
- Yusuf, M., Hidayat, R., & Nusyirwan. (2023). Pengembangan produk bisnis dalam meningkatkan omset penjualan pada Pokda Ikan Patin. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 2(1), 17–21.

APPENDICES

Appendice 1 : Research Approval Letter

Surat Keterangan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas
Atma Jaya Yogyakarta

Dengan hormat,

Kami dari Thriftshop X memberikan izin kepada saudara:

Nama : Norbertus Budhya Kumara

NPM : 191410317

Jurusan : Teknik Industri Kelas Internastional untuk melakukan penelitian di toko kami dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Marketing Strategy of Reworked Jacket Using Blue Ocean Strategy". Selain itu, kami memohon agar nama toko dapat disamakan dalam laporan penelitian untuk menjaga kerahasiaan informasi bisnis dan data yang mungkin bersifat sensitif.

Demikin surat ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Yogyakarta, 17 Juli 2024

Owner



Christo Ardika

Appendice 2 : Observation Sheets 1

Observation Sheet		
Company Name	Thrift Shop X	
Address	Jl. Sambirejo No.20, Gempol, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia.	
Type of Business	Second-hand Clothes Store / Thrift shop	
Product	Crewneck and Tshirt	
Tanggal	21-Sep-22	
Type of observation	Interview	
Interviewees	Owner	
No.	Question	Answer
1	How have the store's sales been doing over the last few months?	For the sales, these few months tend to decline.
2	In your opinion, what is the reason for this decline in sales?	Now there are many competitors that have appeared so that the competition is getting tougher
3	What are the impacts caused by the emergence of this competitor?	Difficulty in finding thrift bales because they often run out of stock. Then, there is price competition so I need to apply discounts and lower prices to attract consumers.
4	Are there any problems in product promotion?	We can only make sales on Instagram, while many competitors use other social media such as TikTok and Facebook
5	Have you ever thought about developing a new product?	Yes, because competitors sell the same products as this store, even more varied because they also sell cargo pants and hoodies. But there are doubts because the cost is quite expensive
6	In your opinion, what needs to be improved or what solution does this store need?	I think this store needs a marketing strategy to overcome this intense competition in order to increase sales.

Appendice 3 : Observation Sheets 2

Observation Sheet		
Company Name	Thrift Shop X	
Address	Jl. Sambirejo No.20, Gempol, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia.	
Type of Business	Second-hand Clothes Store / Thrift shop	
Product	Crewneck and Tshirt	
Tanggal	12-Jun-23	
Type of observation	Interview	
Interviewees	Admin/staff	
No.	Question	Answer
1	What problems do you think this store has?	Not maximizing sales because they only use 1 social media to sell products, namely Instagram.
2	Have you ever thought about using other social media besides Instagram to sell products?	I have, but my job here is not only as a social media admin, but also sorting incoming items and taking care of package delivery. Therefore I feel unable to take care of other social media.
3	What solution do you think is needed for this store?	Adding 1 or 2 more employees. So that this store can maximize sales by selling products not only on Instagram but also via Tiktok.

Appendice 4 : Observation Sheets 3

Observation Sheet		
Company Name	Thrift Shop X	
Address	Jl. Sambirejo No.20, Gempol, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia.	
Type of Business	Second-hand Clothes Store / Thrift shop	
Product	Crewneck and Tshirt	
Tanggal	12-Jun-23	
Type of observation	Interview	
Interviewees	Tailor	
No.	Question	Answer
1	What problems do you think this store has?	I don't really understand but what I feel is that there are lots of items that are defective or damaged.
2	Have you ever thought about repairing the seams of the damaged item?	Of these items, some can still be repaired and some are actually still good but can no longer be repaired so they will eventually be thrown away.
3	What solution do you think is needed for this store?	If possible, defective items can be reused so they are not just thrown away.

Kuesioner Preferensi Konsumen dalam memilih Thrift Shop

Halo semua!

Perkenalkan nama saya Norbertus Budhya Kumara. Saya merupakan mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Survei ini merupakan bagian dari Tugas Akhir saya yang berjudul "Marketing Strategy of Reworked Jacket Product Using Blue Ocean Strategy". Tugas akhir ini akan digunakan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan saya. Oleh karena itu, saya memohon bantuan agar teman-teman dapat meluangkan waktu untuk mengisi survei ini demi kelancaran pengerjaan Tugas Akhir ini.

Partisipasi dan kejujuran dari teman-teman akan sangat berarti bagi saya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Segala informasi yang diisi oleh responden dalam survei ini tidak akan disebarakan ke pihak manapun dan hanya digunakan untuk tujuan akademis. Terima kasih.

** Indicates required question*

1. Email *

2. Rentang Usia *

Mark only one oval.

- 15-19 tahun
- 19-23 tahun
- 23-27 tahun
- 27 tahun ke atas

3. Pekerjaan *

Mark only one oval.

- Siswa Sekolah
- Mahasiswa
- Karyawan
- Wiraswasta
- Other: _____

4. Apakah anda pernah melakukan *Thrifting* atau membeli produk baju bekas? *

Mark only one oval.

- Ya
- Tidak *Skip to question 5*

Skip to question 9

5. Tempat mana di antara toko *Thrift* berikut yang pernah Anda gunakan untuk berbelanja barang bekas/*Thrifting*? *

Check all that apply.

- Deluxe Junk
- Fanet Thrift Store
- Vano Thrift Store

6. Seberapa sering anda melakukan *Thrifting*? *

Mark only one oval.

- 1-2 kali dalam setahun
- 3-4 kali dalam setahun
- Lebih dari 4 kali dalam setahun

7. Apa alasan anda melakukan Thrifting? *

Check all that apply.

- Harga terjangkau
- Koleksi yang unik
- Mengikuti Trend
- Mendukung tindakan keberlanjutan (Sustainable Fashion)
- Menyukai produk vintage
- Other: _____

8. Produk apa yang biasanya anda beli di toko Thrift? *

Check all that apply.

- Crewneck
- Hoodie
- T-shirt
- Celana panjang
- Other: _____

Skip to question 9

Dasar Hukum Impor Pakaian Bekas di Indonesia

UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 2 :

"Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud."

UU Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 47 ayat 1:

"Setiap Importir wajib mengimpor Barang dalam keadaan baru."

**Peraturan Menteri Perdagangan Tahun 2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas
Pasal 2 :**

"Pakaian Bekas dilarang untuk diimpor ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia."

9. Bagaimana pendapat anda terkait aturan yang melarang penjualan pakain bekas * impor tersebut? (Apakah anda setuju?)

Mark only one oval.

- Setuju
 Tidak Setuju

10. Apa alasan anda memilih jawaban diatas? *

11. Apakah Toko Deluxe Junk perlu menerapkan sebuah strategi baru yang sesuai * dengan aturan yang berlaku?

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

12. Apa saja faktor terpenting dalam memilih sebuah Thriftshop? *

Check all that apply.

- Harga murah
 Produk yang dijual unik
 Produk yang dijual Branded
 Variasi produk lebih beragam
 Menjual produk secara online dan offline
 Memiliki kualitas produk yang baik
 Design yang menarik
 Other: _____

13. Apa pertimbangan terpenting dalam memilih toko *Thrift*?
 Mohon untuk mengurutkan dari yang paling tidak penting (1) hingga paling penting (5).

Mark only one oval per row.

	Paling Tidak Penting (1)	2	3	4	5	Paling Penting (6)
Memiliki Toko Offline	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harga Murah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barang Branded	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barang Unik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kualitas Produk yang Baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promo dan Diskon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Penutup

Sekian kuesioner mengenai Preferensi Konsumen dalam memilih Thrift Shop ini penulis buat. Terima kasih atas partisipasi anda dalam mengisi kuesioner ini.

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendice 6 : Questionnaire Form 2

Kuesioner Analisis Kompetitor Thrift Shop

Halo semua!

Perkenalkan nama saya Norbertus Budhya Kumara. Saya merupakan mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Survei ini merupakan bagian dari Tugas Akhir saya yang berjudul "Marketing Strategy of Reworked Jacket Product Using Blue Ocean Strategy". Tugas akhir ini akan digunakan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan saya. Oleh karena itu, saya memohon bantuan agar teman-teman dapat meluangkan waktu untuk mengisi survei ini demi kelancaran pengerjaan Tugas Akhir ini.

Partisipasi dan kejujuran dari teman-teman akan sangat berarti bagi saya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Segala informasi yang diisi oleh responden dalam survei ini tidak akan disebarakan ke pihak manapun dan hanya digunakan untuk tujuan akademis. Terima kasih.

* Indicates required question

1. Apakah anda pernah melakukan Thrifting di Deluxe Junk? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak Skip to question 3

Apabila anda pernah melakukan Thrifting di Deluxe Junk

2. Berikan nilai terhadap faktor kompetitif di Toko Deluxe Junk! *

Nilai 1 = Sangat Tidak Baik

Nilai 2 = Kurang Baik

Nilai 3 = Biasa Saja

Nilai 4 = Cukup Baik

Nilai 5 = Sangat Baik

Mark only one oval per row.

	1	2	3	4	5	6
Harga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variasi Produk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produk Branded	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produk Unik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kualitas produk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promosi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Apakah anda pernah melakukan Thrifting di Abang Sale? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak Skip to question 5

Apabila anda pernah melakukan Thrifting di Abang Sale

4. Berikan nilai terhadap faktor kompetitif di Toko Thrift Abang Sale! *

Nilai 1 = Sangat Tidak Baik

Nilai 2 = Kurang Baik

Nilai 3 = Biasa Saja

Nilai 4 = Cukup Baik

Nilai 5 = Sangat Baik

Mark only one oval per row.

	1	2	3	4	5	6
Harga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variasi Produk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produk Branded	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produk Unik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kualitas Produk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promosi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Apakah anda pernah melakukan Thrifting di Vano Thrift Shop? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak Skip to section 7 (Penutup)

Apabila anda pernah melakukan Thrifting di Vano Thrift Shop

6. Berikan nilai terhadap faktor kompetitif di Vano Thrift Shop! *

- Nilai 1 = Sangat Tidak Baik
Nilai 2 = Kurang Baik
Nilai 3 = Biasa Saja
Nilai 4 = Cukup Baik
Nilai 5 = Sangat Baik

Mark only one oval per row.

	1	2	3	4	5	6
Harga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variasi Produk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produk Branded	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produk Unik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kualitas Produk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promosi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Penutup

Sekian kuesioner mengenai Analisis Kompetitor Thrift Shop ini penulis buat. Terima kasih atas partisipasi anda dalam mengisi kuesioner ini.

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendice 7 : Questionnaire Form 3

Kuesioner Preferensi Konsumen terhadap Desain Reworked Jacket Toko Thrift Deluxe Junk

Halo semua!

Perkenalkan nama saya Norbertus Budhya Kumara. Saya merupakan mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Survei ini merupakan bagian dari Tugas Akhir saya yang berjudul "Marketing Strategy of Reworked Jacket Product Using Blue Ocean Strategy". Tugas akhir ini akan digunakan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan saya. Oleh karena itu, saya memohon bantuan agar teman-teman dapat meluangkan waktu untuk mengisi survei ini demi kelancaran pengerjaan Tugas Akhir ini.

Partisipasi dan kejujuran dari teman-teman akan sangat berarti bagi saya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Segala informasi yang diisi oleh responden dalam survei ini tidak akan disebarluaskan ke pihak manapun dan hanya digunakan untuk tujuan akademis. Terima kasih.

* Indicates required question

1. Usia *

Mark only one oval.

- 15 - 19 tahun
 19 - 23 tahun
 23 - 27 tahun
 27 tahun ke atas

2. Pekerjaan *

Mark only one oval.

- Siswa sekolah
 Mahasiswa
 Karyawan
 Wiraswasta
 Other: _____

Desain *Reworked Jacket* Toko Thrift Deluxe Junk

Reworked jacket adalah konsep fashion berkelanjutan yang memperbaiki atau menggabungkan dua jaket bekas untuk menciptakan satu jaket baru yang unik dan estetik. Proses ini tidak hanya membantu mengurangi limbah tekstil tetapi juga mendukung gerakan sustainable fashion dengan mengurangi dampak negatif dari fast fashion yang semakin marak. Selain itu, Thriftshop Deluxe Junk menawarkan opsi kustomisasi, memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih elemen atau fitur tertentu seperti pola, kantong, dan model dari jaket yang diinginkan.

Inisiatif ini juga merupakan solusi dari larangan penjualan baju bekas impor oleh pemerintah, sehingga Deluxe Junk dapat beroperasi tanpa melanggar regulasi. Dengan fitur kustomisasi dan komitmen terhadap fashion berkelanjutan, Deluxe Junk menyediakan produk one-of-a-kind yang tidak hanya stylish tetapi juga ramah lingkungan.

Design Reworked Jacket #1



Design Reworked Jacket #2



Design Reworked Jacket #3



3. Seberapa menarik konsep desain reworked jacket ini menurut anda? *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

San Sangat menarik

4. Apa yang Anda sukai dari desain *reworked jacket* ini? *

Check all that apply.

- Desain menarik
- Pemilihan warna yang bagus
- Unik
- Fitur kustomisasi
- Other: _____

5. Seberapa besar kemungkinan Anda akan membeli *reworked jacket* ini? *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

San Sangat mungkin

6. Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan *reworked jacket* ini kepada teman atau keluarga? *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

San Sangat menarik

7. Apakah ada saran untuk fitur atau elemen tertentu dalam mengembangkan *reworked jacket* ini? Jika iya, mohon sebutkan. *

Penutup

Sekian kuesioner mengenai Preferensi Konsumen terhadap desain *reworked jacket* Thrift Shop Deluxe junk ini penulis buat. Terima kasih atas partisipasi anda dalam mengisi kuesioner ini.

Appendice 8 : Validity test using SPSS

Correlations

[DataSet1] E:\Kuliah\Kuliah Semester 9\TUGAS AKHIR\KUESIONER\SPSS\Questionnaire Feedback Data.sav

		Q1	Q2	Q3	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.842**	.700**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75
Q2	Pearson Correlation	.842**	1	.690**	.933**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75
Q3	Pearson Correlation	.700**	.690**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75
Total	Pearson Correlation	.941**	.933**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75

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

Appendice 9 : Reliability test using SPSS

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=Q1 Q2 Q3  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	3

Appendice 10 : R Distribution Table

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081