

ABSTRAK

Motivasi di balik minat generasi milenial terhadap pakaian bekas semakin menjadi fenomena dalam beberapa tahun terakhir. Tren ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk masalah lingkungan, pertimbangan finansial, dan keinginan akan pilihan fesyen yang unik. Generasi milenial kini semakin sadar akan dampak negatif fast fashion terhadap lingkungan, dan sebagai hasilnya, banyak yang beralih ke pakaian bekas sebagai alternatif yang ramah lingkungan. Selain itu, dengan meningkatnya biaya hidup, pakaian bekas memberikan pilihan yang lebih terjangkau bagi generasi milenial yang sadar akan pengeluaran mereka. Selain itu, banyak generasi milenial yang tertarik dengan ide untuk menciptakan gaya unik yang mencerminkan individualitas mereka, dan berbelanja barang-barang vintage atau barang bekas memungkinkan mereka mengekspresikan selera fesyen mereka dengan cara yang lebih kreatif dan personal. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa tren pembelian pakaian bekas di kalangan generasi milenial kemungkinan akan terus berlanjut. Tulisan ini akan meneliti apa saja motivasi generasi milenial terhadap industri fashion khususnya thrift shop yang saat ini semakin meningkat di seluruh dunia, namun tulisan ini akan fokus pada generasi milenial di Indonesia. Penelitian ini didasarkan pada Theory of Planned Behavior dengan tambahan konstruk yaitu Sustainability, Affordability, Social Consciousness dan Unique Finds. Penelitian ini meyakini bahwa konstruk seperti Sustainability, Affordability, Social Consciousness, dan Unique Finds mempunyai dampak positif terhadap niat generasi milenial untuk membeli pakaian bekas.

Kata Kunci : Keberlanjutan, Keterjangkauan, Kesadaran Sosial, Pakaian Bekas Yang Unik, Milenial,