



PENGARUH PRELOVED SHOPPING DAN MILLENNIAL DISRUPTION TERHADAP GAYA HIDUP DAN AGILITY PADA GENERASI ZILENIAL

Mega Lestari ^a, Wahyu Eko Pujianto ^b

^a Ekonomi/ Manajemen, celsiefridolinsia@gmail.com Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

^b Ekonomi / Manajemen, wahyueko.mnj@unusida.ac.id Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

ABSTRAK

This study aims to examine whether the Effect of Preloved Shopping and Millennial Disruption on Lifestyle and Agility in the Millennial generation. Preloved Shopping is used goods that are resold in a condition that is still fit for sale and reuse at a lower price. It means used goods here are items that are not used and can still be used. Data collection was carried out using surveys and distributing questionnaires, and a sample of 100 respondents. The method used is descriptive quantitative analysis and the research design was carried out using Partial Least Squares (PLS) version 3. This is what is shown by the results of the research from Preloved Shopping which has a significant effect on Lifestyle and Agility on the contrary, Preloved shopping does not have a significant effect on Millennial Disruption.

Keywords: *preloved shopping, millennial disruption, lifestyle, agility.*

Abstrak

Dilakukannya penelitian dengan tujuan menguji Pengaruh Preloved Shopping dan Millennial Disruption terhadap Gaya Hidup dan Agility pada generasi Zilenial. Preloved Shopping merupakan barang bekas pakai yang dijual kembali dalam keadaan masih layak jual dan pakai kembali dengan harga yang lebih murah. Yang dimaksud barang bekas disini merupakan barang yang tidak terpakai dan masih dapat digunakan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survei serta penyebaran kuesioner, dan sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah deskriptif analisis kuantitatif dan desain penelitian dilakukan menggunakan Partial Least Squares (PLS) versi 3. Inilah yang ditunjukkan oleh hasil penelitian dari Preloved Shopping berpengaruh signifikan terhadap Gaya hidup dan Agility sebaliknya, Preloved shopping tidak berpengaruh signifikan terhadap Millennial Disruption.

Kata Kunci: *preloved shopping, millennial disruption, gaya hidup, agility.*

1. PENDAHULUAN

Fashion selalu dibutuhkan untuk menunjang kebutuhan masyarakat. Hirarki kebutuhan Maslow menyatakan bahwa pakaian berada pada tingkat pertama, yaitu kebutuhan psikologis yang harus diperhatikan dan dipenuhi untuk menunjang kebutuhan manusia. Industri fashion saat ini sedang dalam konsep fast fashion. Fast fashion berarti produksi baju yang cepat dengan harga terjangkau yang selalu mengikuti trend terkini. Konsumen cenderung membeli produk yang sudah mereka kenal, sehingga kesadaran merek ini memainkan peran penting dalam niat beli.

Produk favorit ini banyak dicari oleh generasi milenial karena lebih murah dari harga toko. Dampak dari pengalaman berbelanja yang disukai sangat besar, terutama bagi generasi milenial. Mengikuti perkembangan zaman yang modern ini, generasi milenial saling berlomba untuk tampil fashionable. Salah satunya dengan membeli barang bekas branded murah, meskipun membeli barang bekas tidak menjadi masalah bagi mereka, mereka puas dengan apa yang mereka pilih dan apa yang mereka inginkan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Preloved Shopping

Preloved Shopping adalah barang bekas yang dijual kembali dalam kondisi layak jual dan lebih murah untuk digunakan kembali. Barang bekas merujuk pada barang yang sudah tidak terpakai dan masih bisa digunakan (Wisnuwardhani, 2015) Ada barang-barang yang tergolong produk kesayangan, seperti pakaian, tas, sepatu, dan produk perawatan kulit. Beberapa merchandise yang dijual mungkin dari brand-brand ternama di luar negeri, sehingga banyak diburu oleh generasi milenial. Negara maju dapat menghasilkan banyak produk bekas, sedangkan negara maju memiliki siklus pembelian yang sangat cepat. Oleh karena itu, barang-barang tersebut diekspor ke negara-negara berkembang. Ada tiga hal yang memotivasi konsumen untuk membeli barang bekas atau preloved, yaitu:

a. Aspek Keuangan

- b. Aspek Lingkungan Alam
- c. Perspektif Individu

2.2. Millennial Disruption

Menurut Clayton M. Christensen, pendiri teori Millennial Disruption berusia sekitar 21 tahun yang lalu tepatnya tahun 1997, menjelaskan jika disruption berarti menggantikan pasar lama, industry, teknologi, dan menghasilkan pembaruan yang lebih efisien dengan keseluruhan. Dalam artian ini, disruption berarti fokus pada bagaimana proses sehingga pendatang/usaha baru mampu mengganti posisi incumbent sebagai leader pasar. Penting untuk diamati dan diingat dari sudut pandang yang lebih baik bahwa disruption adalah kekuatan positif. Inovasi pada proses disruptif bukanlah berarti terobosan teknologi sebagai satu-satunya pendorong yang membuat produk menjadi lebih baik dan menarik bagi pasar, melainkan pentingnya juga inovasi untuk membuat produk dan pelayanan sangat mudah diakses dan terjangkau, sehingga menjadikan produk tersebut tersedia kedalam jumlah masyarakat atau pengguna yang jauh lebih besar.

Melihat pentingnya disruption di era sekarang ini maka sebagai SDM yang unggul sudah semestinya generasi millennial mampu berinovasi dengan memiliki mental destruktif sekaligus kreatif, Dalam hal ini dibutuhkan mindset atau pola pikir. Mindset atau pola pikir yang muncul sebelum berfikir dan bertindak. Ini sama seperti ponsel atau media teknologi lainnya yang kita atur bahasa, fitur, suara dan lainnya sebelum digunakan. Mindset dalam tuntutan zaman yang baru mengharuskan manusianya untuk bertindak dan merespon cepat atas segala perubahan yang terjadi.

2.3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan gambaran interaksi seseorang dengan lingkungannya. Diterjemahkan oleh Bob Sabra setelah Kotler (2009:210) mengungkapkan: Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup juga dapat digambarkan sebagai bagian terbaru yang mudah diukur daripada kepribadian. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana seseorang hidup dan menghabiskan uang dan waktu mereka. Gaya hidup mencerminkan kebiasaan konsumsi yang menggambarkan

2.4. Agility

Kelincahan adalah kemampuan manusia untuk beradaptasi dengan cepat terhadap tuntutan lingkungannya, sedangkan adaptasi adalah cara hewan beradaptasi dengan tekanan lingkungan untuk bertahan hidup dalam situasi tertentu. Jadi kelincahan adalah bagian dari kemampuan beradaptasi. Keterampilan sering dikaitkan dengan kemampuan, yaitu kesanggupan dan kecerdasan individu untuk melakukan sesuatu.

Jika Anda ingin meningkatkan keterampilan Anda, Anda perlu menguasai lima keterampilan sukses, yaitu Keterampilan Orang, Keterampilan Perubahan, Pembelajaran, Keterampilan Mental, dan Keterampilan Hasil. Yang pertama adalah human competence, atau kemampuan beradaptasi dengan karakter manusia yang berbeda. Penting untuk dapat berbaur dan bekerja dengan karakter yang berbeda, dari yang lambat, faktual, umumnya emosional, dll. Dengan cara ini Anda dapat lebih memahami bagaimana mereka ingin diperlakukan.

Kelincahan atau dalam bahasa Indonesia adalah keterampilan, yang diartikan sebagai kemampuan dalam penyesuaian diri terhadap lingkungan yang berubah dengan cepat. kemampuan beradaptasi dengan kecepatan teknologi dan mudah berubah diterjemahkan menjadi keunggulan kompetitif jika setiap generasi dapat merespons perubahan dengan baik. Terapkan lebih banyak pola pikir Itu terampil di setiap generasi, yang memainkan peran besar dalam kesuksesan perusahaan. Oleh karena itu, setiap upaya telah dilakukan untuk meningkatkan kecepatan dan kemampuan beradaptasi dengan menerapkan strategi yang gesit.

Berdasarkan (Petermann & Zacher, 2020) diasumsikan bahwa kelincahan sangat penting bagi setiap perusahaan dan pentingnya kelincahan akan meningkat selama tiga tahun ke depan.

Dengan budaya agile, Anda tidak perlu khawatir atau takut gagal. Sekalipun mengalami kegagalan, kegagalan tetap dirangkul untuk perbaikan. Jadilah cerdas (Petermann & Zacher, 2020). (Baran & Bible 2019) juga mengatakan jika kelincahan sangat penting bagi organisasi untuk menghadapi perubahan yang mereka hadapi

2.5. Hipotesis

2.5.1. Pengaruh Preloved Shopping terhadap Gaya Hidup

Menurut (Azfarotul Zahroh, 2020) menyatakan bahwa Preloved Shopping mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap gaya hidup. Sedangkan berbeda dengan penelitian menurut (Silvana Kardinar Wijayati, Widya Hana Fahleti, Johan Arianto, 2019) sedangkan variabel preloved shopping tidak berpengaruh positif terhadap gaya hidup.

H 1 : Preloved Shopping berpengaruh terhadap Gaya Hidup Pengaruh Preloved Shopping terhadap Agility

2.5.2. Pengaruh Preloved Shopping terhadap Agility

Menurut (Muhammad Sayyid Tsabit Abdurrahman, Kurniawati kurniawati, Alfpinka Mutiara,

2022) berpendapat bahwa Preloved Shopping terdapat pengaruh dan signifikan terhadap terhadap Agility. Berbeda dengan penelitian menurut (G Hasan,2020) mengatakan jika preloved shopping tidak berpengaruh signifikan terhadap agility

H 2 : Preloved Shopping berpengaruh terhadap Agility

2.5.3. Pengaruh Millennial disruption terhadap Gaya Hidup

Menurut (Ni Putu Ari Krismajayanti, Gede Sri Darma, 2021) berpendapat bahwa Millennial Disruption terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup. Berbeda dengan penelitian (MTSR Retnaningdyastuti, 2018) sedangkan variabel Millennial Disruption tidak berpengaruh positif terhadap gaya hidup.

H 3 : *Millennial disruption* berpengaruh terhadap *Gaya Hidup*

2.5.4. Pengaruh Millennial Disruption terhadap Agility

Menurut (Indra Utoyo, 2020) berpendapat bahwa Millennial Disruption terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Agility. Berbeda dengan pendapat (Linda Widowati, Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, Kristina Setyowati, Didik Gunawan Suharto, 2022) bahwa Millennial Disruption tidak berpengaruh positif terhadap Agility.

H 4 : Millennial Disruption berpengaruh terhadap Agility

2.5.5. Pengaruh Agility terhadap Gaya Hidup

Menurut (Theresia Anggrahini, 2019) bahwa Agility berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup sehingga hal ini penting untuk dijadikan pembahasan hipotesis dalam pembahasan lebih lanjut. Berbeda dengan penelitian menurut [4] berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Gaya Hidup.

H 5 : Agility berpengaruh terhadap Gaya Hidup

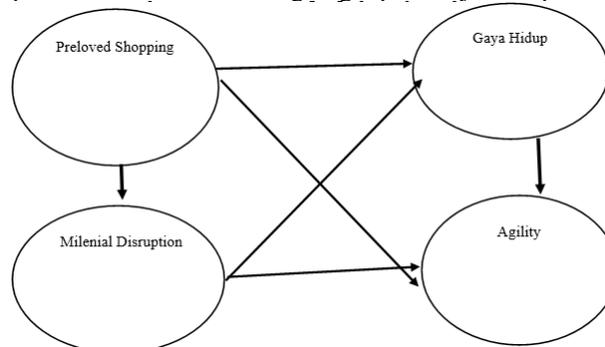
2.5.6. Pengaruh Preloved Shopping terhadap Millennial Disruption

Menurut [5] terdapat pengaruh positif dan signifikan Preloved Shopping dengan Millennial Disruption. Sejalan dengan hal tersebut, menurut [6] terdapat pengaruh yang bermakna variabel Preloved Shopping terhadap Millennial Disruption tidak ada pengaruh signifikan.

H 6 : Preloved Shopping berpengaruh terhadap Millennial Disruption

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dari permasalahan dan *gap research* yang telah dijelaskan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Berdasarkan hipotesis diatas, maka Ruang lingkup ditunjukkan pada Gambar 1. Di bawah ini:



Gambat 1. Kerangka Pemikiran (1)

Sumber: data primer diolah 2023

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Mengumpulkan data penelitian ini dengankuisisioner untuk memperoleh data primer dan kuisisioner yang berisi pernyataan untuk memperoleh informasi dari responden. Penulis juga menggunakan data sekunder dari jurnal ilmiah dan buku yang berhubungan dengan topik penelitian. Pada penelitian ini dipergunakan teknik analisis deskriptif dan desain penelitian dilakukan melalui *Partial Least Square* (PLS) 3.0.

3.2. Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Variabel Independen (X1), variabel independent pada penelitian ini yaitu *Preloved Shopping*.
- Variabel Independen (X2), variabel independent dalam penelitian ini yaitu *Millennial Disruption*.
- Variabel Dependen (Y1), variabel dependent dalam penelitian ini yaitu *Gaya Hidup*.
- Variabel Dependen (Y2), variabel dependent penelitian ini yaitu *Agility*.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel (1)

Variabel	Definisi	Pengukuran	Sumber
Preloved Shoppig (X1)	<i>Preloved Shopping</i> merupakan barang bekas pakai yang dijual kembali dalam keadaan masih layak jual dan pakai kembali dengan harga yang lebih murah	1. Shopping Enjoyment 2. Brand 3. Price 4. Kualitas 5. Lingkungan 6. Percaya Diri	(Meliana Rizkia, 2021)
Millenial Disruption (X2)	Millenial Disruption Merupakan pengganti dari pasar lama, industri, teknologi dan menghasilkan inovasi yang lebih efisien dan luas	1. Teknologi 2. Price 3. Lingkungan	(Arifianto,2020)
Gaya Hidup (Y1)	Gaya Hidup atau biasa disebut dengan gambaran diri seseorang ketika berinteraksi dengan lingkungannya.	1. Fashion 2. Price 3. Quality 4. Opini 5. Activity 6. Interest	(Yuliana Kartika, 2020)
Agility (Y2)	Agility merupakan kelincahan, didefinisikan sebagai Kemampuan agar menyesuaikan diri terhadap lingkungan yg terus sangat cepat	1. technological development 2. Adapting Speed 3. Lingkungan	(EMS Putra, 2021)

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Data

Teknik perolehan sampel didalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh atau semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini yaitu sejumlah 100 responde Sidoarjo. Populasi penelitian ini merupakan generasi millenial Sidoarjo. Meskipun kategori penelitian ini bersifat kausal yaitu. H. penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel terhadap variabel lain yang mempunyai hubungan sebab akibat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruhnya preloved shopping dan millenial disruption terhadap gaya hidup dan agility pada generasi milenial

3.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan Langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

Metode ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reabilitas penghubung dari indikator dengan variabel latennya.

- 1) *Convergent Validity*
- 2) *Average Variance Extracted*
- 3) *Composite Reliability*
- 4) *Cronbach Alpha*

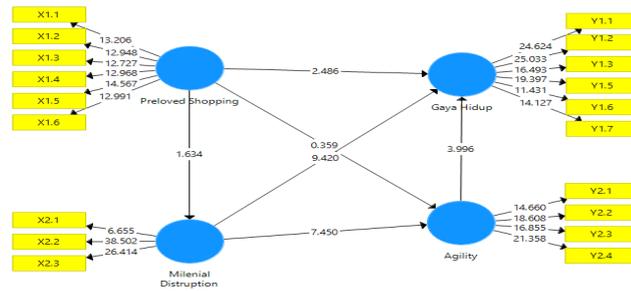
b. Merancan Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dievaluasi menggunakan *R-square* (R^2) untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikan dari koefisien parameter jalur structural. R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*.

- a. *R Square*
- b. *Estimate for Path Coefficient*

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Model Pengukuran (*Outer Model*)



Gambar.2 Hasil Model Pengukuran (2)
Sumber: Data Primer Diolah, 2023

- a. Uji Convergent Validity
Output nilai outer loading dari total indikator yang telah tereliminasi berdasarkan uji convergent validity.

Tabel 2 Outer Loading Tereliminasi (2)

Indikator	Agility	Gaya Hidup	Milenial Disruption	Preloved Shopping
X1.1				0,847
X1.2				0,824
X1.3				0,823
X1.4				0,905
X1.5				0,917
X1.6				0,889
X2.1			0.772	
X2.2			0.925	
X2.3			0.882	
Y1.1		0.853		
Y1.2		0.906		
Y1.3		0.846		
Y1.5		0.860		
Y1.6		0.716		
Y1.7		0.801		
Y2.1	0.769			
Y2.2	0.868			
Y2.3	0.765			
Y2.4	0.904			

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil outer loading setelah eliminasi yang diperoleh secara keseluruhan indikator mempunyai nilai < 0.07, dan dapat diartikan bahwa seluruh indikator dapat digunakan dalam model penelitian.

- b. Average Variance Extracted (AVE)
Nilai akar kuadrat dari average variance extract (AVE) dapat dikatakan mempunyai Discriminan Validity yang benar, jika AVE konstruk > korelasi dengan seluruh konstruk yang lainnya. Nilai pengukuran >0,50 lebih direkomendasikan. Berikut adalah nilai AVE yang diperoleh :

Tabel 3 AVE (3)

Variabel	Average Variance Extracted
Agility	0,687
Gaya Hidup	0,693
Milenial Disruption	0,743
Preloved Shopping	0,754

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Hasil diatas menjelaskan bahwa nilai AVE yang diperoleh > 0.60, yang berarti memiliki *discriminant validity* yang baik.

- c. Composite Reliability

Pengaruh Preloved Shopping Dan Milenial Disruption Terhadap Gaya Hidup Dan Agility Pada Generasi Zilenial. (Mega Lestari)

Composite reliability merupakan sebuah upaya pengukuran yang dilakukan guna mengungkap konsistensi serta akurasi dari ketepatan sebuah alat ukur tertentu pada Smartpls saat melakukan pengukuran. Berikut output Composite Validity yang diperoleh:

Tabel 4 Keandalan material komposit (4)

Variabel	Composite Reability
Agility	0,897
Gaya Hidup	0,931
Milenial Disruption	0,896

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variable memiliki nilai Composite reliability mempunyai reliabilitas gabungan yang baik apabila nilai reliabilitas gabungan nya ≥ 0.7 .

d. Croanbach Alpha

Cronbach alpha bertujuan untuk memperkuat Uji reliabilitas, yang mana nilai yang diharapkan > 0.6 untuk seluruh konstruk. Berikut adalah hasilnya:

Tabel 5 Croanchbach's Alpha (5)

Variabel	Croanchbach's Alpha
Agility	0,850
Gaya Hidup	0,910
Millenial Disruption	0,827
Preloved Shopping	0,935

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Menurut hasil diatas ditemukan nilai Cronbach Alpha yang diperoleh > 0.6 yang mendakan bahwa semua indicator memiliki relaiiitas yang baik.

4.2 Hasil Model Pengukuran (Inner Model)

Penilaian model internal dilakukan melalui model R-square kepada konstruk dependen, Stone-Geisser Q-Square test kepada prediktive relevance dan uji-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Perubahan nilai R-square dapat dipergunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten apakah terdapat pengaruh yang substantif atau tidak.

1) R square

Tabel 6 R- square (6)

Variabel	R- Square
Agility	0,252
Gaya Hidup	0,648
Millenial Disruption	0,025

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Hasil diatas menjukkan bahwa:

- Nilai 0.252 untuk Variabel Agility , dapat diartikan bahwa dengan *preloved shopping, gaya hidup dan millenial disruption* maka dapat megoutputkan nilai R-square employee performance sebesar 25.2%.
- Nilai 0.648 untuk Variabel *gaya hidup*, dapat disimpulkan bahwasannya dengan *preloved shopping, agility dan millenial disruption* dapat megoutputkan nilai R-square employee performance sebesar 64.8%.
- Nilai 0,025 untuk variabel *millenial disruption*, dapat disimpulkan bahwasannya dengan *preloved shopping, gaya hidup dan agility* dapat megoutputkan nilai R-square employee performance sebesar 0.25%

2) Estimate for Path Coefficient

Tabel 7 Estimate for Path Coefficient (7)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Agility -> Gaya Hidup</i>	0.276	0.273	0.072	3.383	0.000

<i>Millenial Disruption-> Agility</i>	0.507	0.530	0.065	7.860	0.000
<i>Millenial Disruption-> Gaya Hidup</i>	0.600	0.600	0.065	9.209	0.000
<i>Preloved Shopping -> Agility</i>	-0.038	-0.088	0.100	0.378	0.706
<i>Preloved Shopping -> Gaya Hidup</i>	0.134	0.135	0.057	2.336	0.020
<i>Preloved Shopping -> Millenial Disruption</i>	0.157	0.178	0.107	1.467	0.143

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Hasil dari 6 tabel diatas menjelaskan nilai t hitung yang diperoleh lebih besar daripada nilai t tabel (1.96) sehingga menunjukkan :

- Agility* berpengaruh terhadap *gaya hidup* nilai t statistik > 3.833 dan P value sebesar 0.000
- Millenial Disruption* memiliki pengaruh kepada *Agility* dengan nilai t statistik > 7.860 dan P value sebesar 0.000
- Millenial Disruption* kepada *Gaya Hidup* nilai t statistik > 9.209 dan P value sebesar 0.000.
- Preloved Shopping* tidak berpengaruh kepada *Agility* dengan nilai t statistik < 0.378 dan P value sebesar 0.706
- Preloved Shopping* berpengaruh kepada *Gaya Hidup* nilai t statistik > 0.020 dan P value sebesar 0.837
- Preloved Shopping* tidak berpengaruh kepada *Millenial Disruption* nilai t statistik < 1.467 dan P value sebesar 0.143

4.3 Pembahasan

a. *Agility* berpengaruh terhadap *gaya hidup*

Hipotesis 1 menguji apakah *Agility* mempengaruhi secara positif kepada *Gaya Hidup*. Dari hasil pengujian smart pls ditemukan bahwa *agility* berpengaruh terhadap *gaya hidup* dengan nilai t statistik sebesar > 1.96 dengan nilai P value sebesar 0.000 sehingga hipotesis diterima. Hasil ini menandakan bahwa *agility* memiliki pengaruh positif terhadap *gaya hidup*

b. *Millenial Disruption* berpengaruh terhadap *Agility*

Hipotesis kedua menguji apakah *Millenial Disruption* berpengaruh secara positif terhadap *Agility*. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien beta *Millenial Disruption* terhadap *Agility* 0,507 dan t statistik yaitu sebesar 7,860. Dari hasil ini didapatkan t statistik signifikan. Karena >1,96 dengan p value 0,000 sehingga hipotesis kedua diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Millenial Disruption* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *Agility*.

c. *Millenial Disruption* terhadap *Gaya Hidup*

Hipotesis ketiga menguji apakah *Millenial Disruption* berpengaruh secara positif terhadap *Gaya Hidup*. Hasil uji menunjukkan nilai koefisien beta *Preloved Shopping* terhadap *Gaya Hidup* sebesar 0,600 dan t statistik sebesar 9,209. Dari hasil ini didapatkan t statistik signifikan. Karena >1,96 dengan p value 0,000 sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Millenial Disruption* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *gaya hidup*.

d. *Preloved Shopping* terhadap *Agility*

Hipotesis keempat menguji apakah *Preloved Shopping* berpengaruh secara positif terhadap *Agility*. Hasil pengujian menunjukkan koefisien beta *Preloved Shopping* terhadap *Agility* -0,038 dan t-statistik 0,378. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa t-statistik tidak signifikan karena <1,96 dan p-value <0,706. Dengan demikian hipotesis keempat ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Preloved Shopping* tidak memiliki efek positif terhadap *Agility*

e. *Preloved Shopping* terhadap *Gaya Hidup*

Hipotesis 5 menguji apakah *Preloved Shopping* mempengaruhi secara positif terhadap *Gaya Hidup*. Hasil uji menunjukkan koefisien beta *Preloved Shopping* terhadap *Gaya Hidup* sebesar 0.134 dan t statistik sebesar 2.336. Dari hasil ini dinyatakan t statistik signifikan. Karena >1,96 dengan p value >0.020 Sehingga hipotesis kelima diterima, Hal tersebut membuktikan bahwa *Preloved Shopping* berpengaruh positif terhadap *Gaya Hidup*.

f. *Preloved Shopping* terhadap *Millenial Disruption*

Hipotesis keenam menguji apakah *Preloved Shopping* berpengaruh positif terhadap *Millenial Disruption*. Hasil pengujian menunjukkan koefisien beta *Preloved Shopping* terhadap *Millenial Disruption* 0,157 t-statistik 1,467. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa t-statistik tidak signifikan karena < 1,96 dan p-value < 0,143, menyebabkan hipotesis keenam ditolak. Hal ini membuktikan *Preloved Shopping* tidak terbukti berpengaruh positif terhadap *millennial disruption*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan yang telah diuraikan dari 6 hipotesis diatas. Preloved shopping sangat mempengaruhi gaya hidup dan agility khususnya para generasi millennial dikarenakan dengan adanya preloved itu sendiri membuat tingkat pemenuhan kebutuhan gaya hidup menjadi lebih mudah murah untuk didapatkan. Mengingat di Indonesia hampir keseluruhan generasi millennial selalu mengikuti perkembangan teknologi dan fashion sehingga tumbuhlah lingkungan dengan kebutuhan gaya hidup yang lebih tinggi. Terbukti pada pengukuran SmartPLS original sample 0.134 t statistik $2.336 < 1.96$ dan nilai P value > 0.020 menandakan jika terdapat pengaruh positif yang signifikan dapat diartikan bahwa preloved shopping memiliki pengaruh yang melekat terhadap gaya hidup maka akan memberikan pengaruh yang baik.

Hasil yang diperoleh dari pembahasan diatas, saran yang diberikan oleh penulis yaitu, Preloved Shopping merupakan variabel yang mampu memberikan pengaruh yang sangat baik dibanding variabel lainnya. Hal ini dimaksudkan, Preloved Shopping baik untuk dipergunakan, mengingat gaya hidup dan agility adalah gambaran diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya sedangkan agility kelincahan dalam menghadapi teknologi. Meskipun gaya hidup bukan tujuan utama seseorang namun kebanyakan generasi millennial memilih gaya hidup yang berbeda dan menonjol. Jadi, apabila preloved shopping semakin ditingkatkan maka pengaruh yang ditimbulkan akan semakin baik juga begitupun sebaliknya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Gael and Ramadhania, "THE INFLUENCE OF SPIRITUAL LEADERSHIP AND RELIGIOSITY ON," pp. 1–28, 2021.
- [2] Sugiyarti, "PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, BUDAYA ORGANISASI DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI (STUDI PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG)," no. 1, pp. 73–83, 2017.
- [3] Murni, "HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DAN LINGKUNGAN KERJA DENGAN STRES KERJA PADA PERAWAT," 2022.
- [4] N. N. Dewi, "Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Menggunakan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening," *Media Mahard.*, vol. 17, no. 2, p. 278, 2019, doi: 10.29062/mahardika.v17i2.84.
- [5] B. Somantri and A. S. Aga, "Pengaruh Motivation dan Job Satisfaction terhadap Employee Performance Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama (KSP-SB) di Kota Sukabumi," *Cakrawala*, vol. 1, no. 1, pp. 15–29, 2018.
- [6] D. P. H. Arianto and B. Satrio, "Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Kopisae," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 9, no. 6, pp. 1–23, 2020.
- [7] Z. Shahid, T. Hussain, and F. Zafar, "The Impact of Brand Awareness on the Consumers' Purchase Intention," *J. Account. Mark.*, vol. 06, no. 01, pp. 34–38, 2017, doi: 10.4172/2168-9601.1000223.
- [7][1] R. Gael and Ramadhania, "THE INFLUENCE OF SPIRITUAL LEADERSHIP AND RELIGIOSITY ON," pp. 1–28, 2021.
- [2] Sugiyarti, "PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, BUDAYA ORGANISASI DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI (STUDI PADA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG)," no. 1, pp. 73–83, 2017.
- [3] Murni, "HUBUNGAN ANTARA RELIGIUSITAS DAN LINGKUNGAN KERJA DENGAN STRES KERJA PADA PERAWAT," 2022.
- [4] N. N. Dewi, "Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Menggunakan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening," *Media Mahard.*, vol. 17, no. 2, p. 278, 2019, doi: 10.29062/mahardika.v17i2.84.
- [5] B. Somantri and A. S. Aga, "Pengaruh Motivation dan Job Satisfaction terhadap Employee Performance Koperasi Simpan Pinjam Sejahtera Bersama (KSP-SB) di Kota Sukabumi," *Cakrawala*, vol. 1, no. 1, pp. 15–29, 2018.
- [6] D. P. H. Arianto and B. Satrio, "Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Kopisae," *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 9, no. 6, pp. 1–23, 2020.
- [7] Z. Shahid, T. Hussain, and F. Zafar, "The Impact of Brand Awareness on the Consumers' Purchase Intention," *J. Account. Mark.*, vol. 06, no. 01, pp. 34–38, 2017, doi: 10.4172/2168-9601.1000223.