

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa terhadap Intensi Pembelian Kembali Pakaian Merek Luar Negeri: Suatu Studi pada Mahasiswa di Jakarta

Putri Ghaisani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136229&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa khususnya di Jakarta dalam intensi pembelian kembali produk pakaian merek luar negeri. Intensi pembelian kembali dijelaskan oleh beberapa variabel: normative influence, brand consciousness, perceived quality, dan emotional value. Penelitian menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM), yang menemukan bahwa faktor yang paling mempengaruhi mahasiswa dalam intensi untuk membeli kembali pakaian merek luar negeri adalah variabel emotional value. Variabel ini sangat berperan penting bagi perusahaan asing maupun lokal yang memasuki pasar Indonesia dan menjadikan mahasiswa sebagai target pasar mereka.

The study is designed to determine the factors influencing collage students' repurchase intention especially in Jakarta toward foreign apparel brand. Reprchase intention is explained with several variable : normative influence, brand consciousness, perceived quality, and emotional value. Using structural equation modeling (SEM), the study finds that the most factor affecting collage students' repurchase intention toward foreign apparel brand is emotional value. Emotional value administer significant part for foreign and local retailers who plan to enter Indonesia market and in order to appeal to collage student.