

Analisis perilaku konsumen pria dalam intensi membeli produk perawatan kulit di Jakarta = Male consumers behavior in purchase intention skin care products in Jakarta

Priscilia Febriasi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332250&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada saat ini kesadaran akan menjaga penampilan bukan hanya dilakukan oleh wanita namun kaum pria juga telah menyadari tentang pentingnya kegiatan ini. Pada negara- negara kawasan Asia Pasifik dimana para masyarakatnya sudah banyak mengadopsi gaya hidup dunia barat, Jakarta dikenal sebagai salah satu kota yang memiliki pertumbuhan bisnis produk kosmetik tercepat, terutama dalam penjualan produk perawatan kulit pria. Namun kontribusi produk perawatan kulit pria terhadap total penjualan produk perawatan kulit masih relatif rendah Karena itu masih terbuka kesempatan bagi produsen-produsen lain untuk memasarkan produk perawatan kulit mereka dengan terus berinovasi dan yang paling penting, memahami karakter pasar produk ini. Dari penjelasan di atas adalah signifikan untuk memahami karakter pasar produk, yaitu konsumen pria dengan menggunakan variabel-variabel dari Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Azjen. Peneliti kemudian melibatkan 245 responden pria Jakarta yang pernah menggunakan produk perawatan kulit. Model penelitian dengan enam hipotesis dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian ini membuktikan adanya hubungan yang signifikan pada variabel-variabel pembentuk Theory of Planned Behavior, namun ada pula yang tidak signifikan. Pembahasan serta kontribusi dan saran penelitian juga dibahas pada bagian akhir penelitian ini.

.....In recent years, men have become more conscious about their image than ever before Within countries in Asia-Pacific region where people are likely to be westernized, Jakarta is recognized as one of the fast growing cosmetics industry, but the contribution of male skin care products to total sales of skin care products is still relatively low. There are a lot of opportunity for producers to market their skin care products to continue to innovate and most importantly understand the character of male consumers. From that explanation that is significant to understand the character of the product market y using variables from Theory of Planned Behavior by Azjen. Researcher then involving 245 Jakarta Male respondents who had used skin care products. This model studies with seven hypotheses will be tested by using Structural Equation Modeling (SEM). The purpose of this reserach is to find where in the TPB variables that have significant relationship in pushing men into buying skin care products.