

Investigasi Pengaruh Gaya Hidup dan Faktor Demografi Pada Persepsi Nilai Merek Dan Intensi Membeli Produk Old and New Luxury dalam Kategori Apparel and Footwear = Investigation of the Effects of Lifestyle and Demographics Factor on the Brand Perception Value and Purchase Intention of Old and New Luxury in Category Apparel and Footwear

Bela Larasati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347820&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini menginvestigasi bagaimana gaya hidup dan faktor demografis masyarakat Jakarta mempengaruhi persepsi nilai terhadap merek serta melihat bagaimana persepsi ini mempengaruhi dorongan atau keinginan untuk membeli produk Old dan New Luxury kategori pakaian dan alas kaki khususnya pada kelompok umur 14 hingga 30 tahun atau yang biasa disebut dengan Generasi Y. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan design deskriptif. Hasil penelitian memberi masukan kepada pengusaha produksi atau retail produk luxury untuk menggali potensi pasar laki-laki, pasar Jakarta Selatan serta kelas menengah.The focus of this study is to investigate how lifestyle and demographic factors influence brand perception value of the people of Jakarta and to see how this perception affects purchase intention of Old and New Luxury in Apparel and Footwear category, particularly in the age group 14 to 30 years or commonly referred to as Y Generation. This research is a quantitative and descriptive with design. The results provide inputs to production or retail entrepreneurs to explore the potential of luxury men market, South Jakarta market as well as the middle class market.