

# Analisis perilaku pengambilan keputusan konsumen remaja dalam memilih produk-produk berteknologi tinggi (gadget) = Decision making process analysis of adolescent consumer for the purchasing of hi-tech products (gadget) / Dito Wicaksono

Dito Wicaksono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349090&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### **ABSTRAK**

Penelitian ini berusaha untuk memahami secara mendalam bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen remaja terhadap produk-produk berteknologi tinggi (gadget). Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnometodologi. Dari hasil penelitian peneliti menemukan realitas bahwa pembentukan perilaku pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk-produk berteknologi tinggi (gadget) diawali oleh adanya suatu kebutuhan yang belum terpenuhi. Kebutuhan yang belum terpenuhi ini dapat menimbulkan ketegangan: keinginan dan pemenuhan. Kebutuhan yang belum terpenuhi ini berasal dari konsep diri dan atau gaya hidup dari remaja yang terbentuk berdasarkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhinya. Adapun faktor-faktor internal yang berpengaruh di antaranya adalah motivasi, kepribadian, persepsi, serta pembelajaran. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh adalah budaya, keluarga, status sosial, demografi, serta teman sebaya. Kebutuhan ini nantinya oleh remaja akan diupayakan segera mungkin untuk dipenuhi dengan tahapan pencarian informasi, evaluasi alternatif, pemilihan tempat dan pembelian, serta perilaku pasca pembelian.

---

### **ABSTRACT**

This research tries to understand about the decision making process of adolescent consumer for the Purchasing of Hi-Tech Product (gadget). This research uses qualitative method with etnomethodological approach. Researcher found the reality that the establishment of consumer decision-making behavior in choosing high-tech products (gadgets) preceded by the presence of an unmet needed. An unmet needs can lead to a tension: the desire and fulfillment. The unmet need is derived from the concept of self and or lifestyle of teenagers, formed by internal and external factors that influence it. The internal factors include the influence of motivation, personality, perception, and learning. While external factors are cultural, family, social status, demography, and peers. This needs will be pursued later by adolescents may be filled with information search phase, evaluation of alternatives, selection of place and purchase, and post-purchase behavior.