

Wanita, kondisi fisiologis, dan keinginan dampak siklus menstruasi terhadap perbedaan perilaku konsumsi produk apparel forever 21 = Women physiological condition, and desire the impact of menstrual cycle on changes in women consumption behavior on forever 21 apparel products / Galuh Nisa Kartika

Galuh Nisa Kartika, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20387046&lokasi=lokal>

Abstrak

Masih sedikitnya penelitian terkait pengaruh kondisi fisiologis terhadap perilaku konsumen wanita, menjadikan topik ini menarik untuk diteliti lebih lanjut. Di dalam skripsi ini, akan dibahas bagaimana siklus menstruasi sebagai salah satu contoh kondisi fisiologis yang dialami wanita, mampu memberikan dampak terhadap perilaku konsumsi wanita, khususnya terhadap produk apparel. Produk apparel yang dijadikan studi kasus dalam skripsi ini adalah merek fesyen Forever 21. Melalui metode paired t-test dan nonparametric test, penelitian ini berhasil membuktikan secara signifikan bahwa dalam masa subur, wanita memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk menggunakan produk apparel jika dibandingkan pada masa nonsubur. Frekuensi wanita untuk menggunakan produk apparel dan kecenderungan wanita untuk berbelanja produk apparel juga lebih tinggi dalam masa subur jika dibandingkan dengan masa nonsubur. Sehingga, dapat dikatakan bahwa memang benar siklus menstruasi memiliki dampak terhadap perubahan perilaku konsumen wanita.

<hr>

Since there are only a few numbers of researchers who have conducted research regarding the influence of the physiological condition on the female consumer behavior, this topic becomes an intriguing topic for further investigation. In this thesis, the writer discuss how the menstrual cycle, as one example of the physiological conditions experienced by women, is able to have an impact on the consumption behavior of women, especially on apparel products. Fashion brand Forever 21 is used in this thesis as the case study, and through a paired sample t-test and nonparametric test, the writer found significant proofs which show us that in the fertile period, women have a higher desire to use apparel products if compared to the non fertile period. During a fertile phase, women also have a higher frequency to use apparel products and tend to spend their money on it. Hence, it is true that menstrual cycle has an impact on changes in consumer behavior of women.