

Perilaku konsumen usia di atas 55 tahun dalam memenuhi kebutuhan yang berdasarkan pada tingkat prioritas (intensitas) studi kasus : Masyarakat DKI Jakarta = Consumer behavior aged over 55 years old in meeting the needs based on priority levels intensity case study : DKI Jakarta citizen / Yulia Paramita

Yulia Paramita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388829&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas bagaimana konsumen usia diatas 55 tahun mengkategorikan barang konsumsi ke dalam tingkat kebutuhan (primer/ sekunder/ tersier), ada tidaknya perubahan dalam mengkategorikan barang dan jasa ke dalam tingkat kebutuhan pada saat konsumen berusia diatas 55 tahun dibandingkan sebelum berusia 55 tahun serta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang berusia di atas 55 tahun dalam memenuhi kebutuhan yang berdasarkan pada tingkat prioritas (intensitas). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan

desain deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 64 orang. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terlihat bahwa perbedaan personal / karakteristik konsumen usia diatas 55 tahun mengakibatkan adanya perbedaan kebutuhan. Disamping itu berdasarkan analisis data terkait dengan kebutuhan konsumen usia diatas 55 tahun, ditemukan fakta bahwa mereka cenderung menitikberatkan hanya pada hal hal yang terkait dengan kebutuhan primer bagi mereka. Penelitian ini juga menitikberatkan pentingnya faktor atribut produk, lingkungan pembelian dan sumber informasi sebagai faktor faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen usia diatas 55 tahun. Berdasarkan penelitian, disarankan kepada perusahaan agar mengamati perubahan kebutuhan terhadap barang konsumsi, atribut atribut yang mempengaruhi pengambilan keputusan dan strategi pemasaran bagi barang konsumsi yang akan dipasarkan kepada konsumen dengan usia diatas 55 tahun.

ABSTRACT

This master thesis discusses how consumer aged over 55 years old categorized consumer goods based on priority levels (primary/ secondary/ tertiary), whether or not there is any change in the way consumers aged over 55 categorize goods into each priority levels compared with the way said consumers did before they reached the age of 55. This thesis also discusses the factors that influence the consumer behavior of consumers aged over 55 years old in order to meet their needs based on the priority levels (intensity). This is a quantitative research with descriptive research design. The sampling method used in this research is purposive sampling with total number of respondents of 64 people. The result shows that the differences in the personal characteristics cause differences in the needs of consumers. In addition, it is revealed that respondents tend to emphasize their primary needs more than the rest of their needs. The study also shows the importance of product's attributes purchase environment and sources of information as factors that might influence the purchase decisions of consumers aged over 55 years old. Based on the study, advised the company to observe the changing needs of the consumer goods, attributes attributes that influence decision

making and marketing strategy for consumer goods that will be marketed to consumers over the age of 55 years.