

Analisis product personality dan purchase intention masyarakat terhadap produk asli Indonesia. Studi kasus: batik = The analysis of product personality and purchase intention towards original products of Indonesia. Case study : Batik

Sofrida Rosita Hanum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20393452&lokasi=lokal>

Abstrak

Batik sebagai salah produk asli Indonesia, saat ini sedang mengalami pertumbuhan pesat di dunia fesyen. Hal ini terlihat dari munculnya berbagai macam produk fesyen yang terbuat dari kain batik. Pada penelitian ini, jenis-jenis kain batik akan dibagi menurut proses pembuatannya yaitu batik cap, batik tulis, dan batik lukis. Pemilihan ini bertujuan supaya bisa memberikan gambaran mengenai konsep product personality yang lebih detail untuk masing-masing kain batik.

Product personality adalah sekumpulan karakter kepribadian yang digunakan oleh orang-orang untuk mendeskripsikan sebuah produk untuk membedakannya dengan produk lainnya. Berdasarkan hasil pengolahan data, ketiga kain batik ini ternyata membawa nilai kepribadian yang berbeda-beda. Batik cap dengan kesederhanaannya, batik tulis dengan kesopanannya, dan batik lukis dengan nilai optimis.

Penelitian ini juga ingin melihat hubungan antara product personality dengan purchase intention untuk membuktikan apakah konsep ini akan mempengaruhi tingkat penjualan batik. Hasilnya terbukti bahwa nilai product personality akan mempengaruhi purchase intention seseorang terhadap batik cap dan batik tulis. Sedangkan untuk batik lukis, product personality tidak berpengaruh secara langsung. Selain itu, product personality juga mempengaruhi subjective norm (pendapat orang di sekitar si calon pembeli) secara langsung dalam memunculkan purchase intention ke ketiga jenis batik tersebut.

<hr><i>Batik is one of the original products of Indonesia. Now, Batik is growing rapidly in the fashion world. Some fashion products were made from batik. In this study, the types of batik cloth will be divided according to the manufacturing process. There are batik cap, batik tulis, and batik lukis. The aim of this election is to provide an overview of product personality for each batik cloth more detail.

Product personality is a set of personality traits that are used by people to describe a product to distinguish from other product. The result shows that every kind of batik was carrying different value of personalities. Batik cap is simple. Batik tulis is modest. And, batik lukis is optimist.

Furthermore, this study also want to provide a model of the relationship between product personality and purchase intention. The result shows that product personality will affect purchase intention in batik cap and batik tulis, but not for batik lukis. Besides, product personality also affects subjective norm for all kind of batik. Thus, from this study, product personality is proven to affect purchase intention directly and indirectly.</i>