

Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap repurchase intention: studi pada Union Plaza Senayan = The effect of hedonic lifestyle on repurchase intention: study in Union Plaza Senayan

Bima Wirasatria Rudiono Kasmito, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458454&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Gaya hidup hedonis merupakan salah satu faktor penting yang dapat digunakan pemasar untuk memprediksi perilaku konsumen. Evaluasi yang dilakukan gaya hidup hedonis menekankan kepada perasaan berupa kesenangan, kenikmatan serta kegembiraan dalam mengkonsumsi produk, serta menjadi pertimbangan keputusan mereka sebagai konsumen untuk melakukan pembelian kembali repurchase intention . Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis terhadap repurchase intention dengan objek penelitian restoran fine dining UNION Plaza Senayan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive dan melibatkan 100 responden pengunjung UNION Plaza Senayan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang terbentuk antara gaya hidup hedonis terhadap repurchase intention.

<hr>

ABSTRACT

Hedonic lifestyle is one of the important factors that can be used for marketers to predicting the consumers behavior. Product consumption evaluation of hedonic lifestyle are more affective than cognitive and often related to fun, pleasure oriented and excitement, they use it for they decisions in the future to consider repurchase intention. This quantitative research intend to examines the effect of hedonic lifestyle on repurchase intention in one of Jakarta rsquo s fine dining restaurant called UNION Plaza Senayan with purposive technique and conducted on 100 respondents. The results of this research shows that there is a correlation that construct between hedonic lifestyle on repurchase intention.