

Karakteristik lokasi belanja pakaian mahasiswa Universitas Indonesia berdasarkan motivasi belanja utilitarian dan hedonis = Shopping clothes location characteristics of University Indonesia students based on utilitarian and hedonist shopping motivation

Mareta Putri Listiandini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466212&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Era yang semakin terbuka dengan informasi memunculkan berbagai tren fashion yang menggeser fungsi utama fashion yang semula hanya sebagai penutup dan pelindung tubuh berubah menjadi lambang status maupun identitas dalam kehidupan sosial bagi sebagian orang, khususnya bagi mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik lokasi belanja pakaian mahasiswa UI yang terdiri dari image pusat perbelanjaan, klasifikasi fungsi jalan, jumlah trayek angkutan umum, dan jarak dari stasiun KRL berdasarkan motivasi belanja yang terdiri dari utilitarian dan hedonis. Dalam mencapai tujuan penelitian, digunakan metode analisis deskriptif dengan Microsoft Excel dan analisis kuantitatif dengan uji chi square SPSS dari hasil penyebaran kuisioner dengan teknik purposive sampling. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah motivasi belanja mahasiswa dipengaruhi oleh karakteristik lokasi belanjanya, sehingga ada kecenderungan perbedaan karakteristik lokasi belanja pakaian menurut motivasi belanjanya. Motivasi utilitarian yang didominasi oleh mahasiswa laki-laki dengan pendapatan sedang yang memilih pusat perbelanjaan dengan image, murah, jumlah trayek angkutan umum yang sedang, dan dekat dari stasiun KRL. Sedangkan pada motivasi hedonis didominasi oleh mahasiswa perempuan dengan pendapatan tinggi yang memilih pusat perbelanjaan dengan image, elite, jumlah trayek angkutan umum yang rendah dan berjarak jauh dari stasiun KRL.

ABSTRACT

The ever expanding era with information spawned a variety of fashion trends that shifted the ultimate fashion functionality that was merely a cover and a body protector transformed into a symbol of status and identity in social life for some, especially for students. This study aims to determine how the characteristics of clothing shopping location UI students consisting of the type of shopping center, the classification of road functions, the number of public transport routes, and distance from KRL stations based on spending motivation from utilitarian and hedonis. In achieving the purpose of research, used descriptive analysis method with Microsoft Excel and quantitative analysis with chi square SPSS test of the results of questionnaire distribution by purposive sampling technique. The results obtained from this study is the motivation of student spending is influenced by the characteristics of shopping location, so there is a tendency of differences in the characteristics of clothing shopping location according to the motivation of shopping. A utilitarian motivation dominated by male students with medium income who choose shopping centers with cheap image, medium number of public transport route, and near from KRL station. While the hedonic motivation is dominated by female students with high income who choose shopping center with "elite" image, the number of public transport route is low and far from KRL station.