

Gaya Pengambilan keputusan pada konsumen pria generasi Y untuk produk fashion casual yang dibeli di toko

Julia Tri Purnomowati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20470663&lokasi=lokal>

Abstrak

Kegiatan berbelanja identik dengan konsumen yang lahir pada tahun 1977-1994 atau disebut Generasi Y. Generasi Y sendiri digambarkan sebagai Generasi yang memperhatikan penampilan dan gaya berpakaian, sehingga Generasi Y merupakan konsumen potensial. Bagi Generasi Y, kegiatan berbelanja tidak lagi dianggap sebagai tindakan sederhana, melainkan tindakan yang berorientasi untuk hiburan. Untuk itu, pemasar pada kelompok ini membutuhkan pendekatan yang berbeda dalam menggarap pasar konsumen Generasi Y. Untuk dapat menentukan pendekatan dalam menggarap pasar konsumen Generasi Y, pemasar perlu mengetahui gaya keputusan pembelian seperti apa yang dilakukan oleh konsumen Generasi Y. Dengan menggunakan statistik deskriptif, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana gaya pengambilan keputusan pada konsumen pria Generasi Y untuk produk fashion casual yang dibeli di toko. Dengan menggunakan teknik Purposive sampling dan Snowball sampling, 180 pria di Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga menjadi responden dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen pria Generasi Y menggunakan Gaya Perfeksionis dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk fashion casual. Hal tersebut memunculkan dugaan bahwa responden cenderung memiliki karakteristik sports-oriented dibandingkan dengan socially driven.