

ABSTRAK

Nama : Ayu Puspitasari Partodipuro

Program Studi : Manajemen

Judul : Analisis Sikap Konsumen atas Pembelian Pakaian melalui Toko Pakaian Online dan Pengaruhnya Terhadap Niat Pembelian

Dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi informasi, toko online mengalami peningkatan peran dalam lingkungan pemasaran moderen. Skripsi ini membahas sikap konsumen terhadap pembelian pakaian melalui toko pakaian online. Dalam literatur akademis, konsumen memiliki preferensi yang berbeda dalam berbelanja online untuk tipe produk yang berbeda, oleh karena itu toko online pada penelitian ini dibatasi pada toko pakaian online. Hasil penelitian menunjukkan faktor yang paling mempengaruhi pembentukan sikap konsumen terhadap pembelian pakaian melalui toko pakaian online adalah faktor orientasi kenyamanan, yaitu nilai yang diberikan atas pencarian aktif sebuah produk sehingga menimbulkan kenyamanan pribadi dan penghematan waktu dalam aktivitas tertentu. Sikap konsumen terhadap pembelian pakaian melalui toko pakaian online pada akhirnya mempengaruhi niat pembelian pakaian di toko paaian online baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek.

Kata kunci:

Toko online, sikap, niat pembelian

ABSTRACT

Name : Ayu Puspitasari Partodipuro

Study Program : Management

Title : Analysis on Consumers' Attitude Towards The Purchase of Clothing Line via Online Stores and its Impact Towards Purchasing Intention.

Supported by the growth of information technology, online stores have increased their importance in the modern marketing environment. The focus of this research is to investigate consumers' attitude towards the purchase of clothing line via online stores. The object of this research is being limited for only clothing online stores, this is due to an academic literature that each consumer has different preferences on purchasing different product via online store. This research shows convenience orientation the most important factor to create consumers' attitude towards the purchase of clothing line via online stores. Moreover consumers' attitude towards the purchase of clothing line via online stores will influence consumers' intention to make a purchase on clothing online stores.

Key words:

Online store, attitude, purchase intention