

Investigasi pengaruh gaya hidup dan faktor demografi pada persepsi nilai merek dan intensi membeli produk Old and New Luxury dalam kategori apparel dan footwear.

Bella Larasati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20394771&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Skripsi ini menginvestigasi

bagaimana gaya hidup dan faktor demografis

masyarakat Jakarta mempengaruhi persepsi nilai terhadap merek serta melihat

bagaimana persepsi ini mempengaruhi dorongan atau keinginan untuk membeli

produk Old dan New Luxury kategori pakaian dan alas kaki khususnya pada

kelompok umur 14 hingga 30 tahun atau yang biasa disebut dengan Generasi Y.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif

dengan design deskriptif. Hasil

penelitian memberi masukan kepada pengusaha produksi atau retail produk luxury

untuk menggali potensi pasar laki-laki, pasar Jakarta Selatan serta kelas

menengah.