

Pengaruh mindset terhadap compulsive buying melalui shopping motivation sebagai variabel mediasi: studi pada generasi milenial konsumen brand somethinc di Jabodetabek = The effect of mindset on compulsive buying through shopping motivation as an intervening variable in millennial generation consumer brand somethinc in Jabodetabek

Thalia Zen, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525344&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia menjadi salah satu penyumbang populasi generasi milenial terbanyak di dunia. Dari 267 juta jiwa, sebanyak 130 juta jiwa merupakan wanita dan 68% diantaranya adalah generasi milenial dengan mayoritas berada di Jabodetabek. Hal tersebut menjadi peluang bagi Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam halnya produk kecantikan, dimana telah terjadinya peningkatan yang signifikan dalam 3 tahun terakhir. Meningkatnya penjualan produk kecantikan ini didasari adanya motivasi belanja yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh mindset terhadap compulsive buying pada konsumen brand Somethinc di Jabodetabek dengan menggunakan shopping motivation sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan responden berupa pelanggan yang pernah membeli produk brand Somethinc lebih dari tiga kali selama enam terakhir kepada 100 responden dan menggunakan teknik non-probability sampling. Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang cukup kuat antara mindset dan shopping motivation sehingga dibuktikan bahwa mindset merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi pembentukan shopping motivation konsumen. Mindset konsumen merupakan kerangka penting bagi seorang pemasaran dalam memahami motivasi dan perilaku konsumen. Dalam hal ini, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada brand Somethinc mengenai perilaku konsumen yang dilihat dari mindset konsumen serta berbagai motivasi yang mengarah pada compulsive buying

.....Indonesia is one of the largest contributors to the millennial generation in the world. Of 267 million people, 130 million people of them are women and 68% of them are millennials in Jabodetabek. This is an opportunity for Indonesia as a potential market in terms of beauty products that has been facing a significant increase in the last 3 years. The increase in sales of beauty products is based on a high shopping motivation. This study aims to analyze the influence of mindset on compulsive buying on Somethinc brand consumers in Jabodetabek through shopping motivation as a mediating variable. This study uses a quantitative with a non-probability sampling technique by distributing questionnaires to 100 customers who have purchased something brand products more than three times during the last six months as the respondents. The findings in this study indicate that there is a fairly strong correlation between mindset and shopping motivation, so that it is proven that mindset is an important factor that can influence consumers shopping motivation. The consumer mindset is an important framework for a marketer in understanding consumer motivation and behavior. In this case, this research provides a better understanding of the something brand regarding consumer behavior seen from the consumers mindset and motivations that lead to compulsive buying.