

Pengaruh Rasa Iri dalam Anak Muda terhadap Tujuan Pembelian Barang-Barang Veblen untuk Semua Gender = The Influence of Envy in Youth to the Spending Intention towards Unisex Veblen Goods

Muhammad Arfianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920533423&lokasi=lokal>

Abstrak

Kenaikan konsumsi dari barang-barang Veblen untuk semua gender memiliki beberapa limitasi dalam segi penelitian. Studi ini akan mengisi pertanyaan dibalik kenaikan trend tersebut dengan fokus pada rasa iri dalam masyarakat terhadap status sebagai pengaruh utamanya. Dan juga, sebagaimana konsumsi tersebut berlawanan antara budaya Belanda dan Indonesia. Pengumpulan data telah diambil dari peninjauan melalui kuesioner online kepada responden-responden muda. Meskipun hubungan positif dari rasa iri terhadap barang-brang Veblen dapat ditemukan, studi ini menunjukkan bahwa status dan budaya tidak membentuk perbedaan antara konsumsi barang-barang Veblen dari bagian dunia barat ke timur.

.....The upsurge of unisex Veblen Goods consumption has some limitations in the research area. This study aims to fill the questions behind this incrementing trend by focusing on envy towards status in society inasmuch as the influencer. Also, whether this consumption contradicts across the Dutch and Indonesian cultures. The data collection used an online survey questionnaire for young respondents. Notwithstanding of positive relationships result in envy towards the purchase of Veblen goods, this study shows how both status and cultures do not much construct the diversity of Veblen goods consumption from the Western to the Eastern part of the world.