

ABSTRAK

Reynaldo Yovito (02011200044)

ANALISIS PENGARUH AMBIENT FACTORS, DESIGN FACTORS, SOCIAL FACTORS BERPENGARUH TERHADAP SATISFACTION MELALUI IRRITATION KEPADA KONSUMEN ZARA STORE DI SURABAYA

(xiv + 121 halaman: 13 gambar, 36 tabel, 4 lampiran)

Seiring berkembangnya zaman, inovasi terus dilakuakn di dalam bidang teknologi maupun industri. Sama halnya dengan industri pakaian sangat berkembang pesat di Indonesia. Tingginya permintaan konsumen setiap tahunnya, terutama saat menjelang hari raya. Karena hari raya identik dengan pakaian baru dan tampil berbeda, para produsen meningkatkan kuantitas produksi mereka. Tingginya minat masyarakat terhadap pakaian menjadikan industri pakaian sebagai salah satu yang diprioritaskan. Hal ini sebagai bentuk dorongan bagi pelaku industri agar terus berkembang dengan baik kedepannya. Namun industri pakaian ini tidak selalu mengalami peningkatan, ekonomi masyarakat sebagai pengaruh terbesar pada daya beli masyarakat. Sebagaimana yang telah kita alami saat Covid-19 menerpa, tidak hanya menyerang kesehatan melainkan juga perekonomian masyarakat pada saat itu. Tidak sedikit pelaku industri pakaian yang melemah hingga mengalami kerugian bahkan terpaksa harus tutup dikarenakan tidak adanya modal dan sulitnya mencari pembeli saat itu. Meski sedikit terhambat dan mengalami penurunan saat keberadaan Covid-19 menerpa Indonesia, dan membutuhkan waktu untuk memperoleh kestabilan karena Covid-19 yang berdampak pada daya beli masyarakat. Beberapa studi juga menunjukkan bahwa meskipun konsumsi fashion dan aksesoris agak menurun selama pandemi, fashion dan aksesoris masih mendominasi tempat pertama belanja daring.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami dampak dari Ambient Factors, Design Factors, dan Social Factors terhadap Satisfaction melalui Irritation. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kausalitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan merujuk pada referensi yang dapat melakukan analisis simultan yang berkaitan dengan model penelitian multivariabel, yaitu Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan software AMOS. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan penyebaran kuisioner kepada 100 responden. Karakteristik yang dimiliki responden yaitu pria dan wanita yang berusia 18 – 60 tahun, tinggal di Surabaya, dan merupakan pelanggan fashion ZARA di Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Ambient Factors tidak berpengaruh signifikan terhadap Irritation dengan koefisien regresi sebesar 0.157; variabel Design Factors tidak berpengaruh signifikan terhadap Irritation dengan koefisien regresi sebesar 0.506; variabel Social Factors tidak berpengaruh signifikan terhadap Irritation dengan koefisien regresi sebesar 0.438; dan variabel Irritation berpengaruh signifikan terhadap Satisfaction dengan koefisien regresi sebesar 0.863.

Kata Kunci: *Ambient Factors, Design Factors, Social Factors, Irritation dan Satisfaction.*

Referensi: 21 (2018-2020)

ABSTRACT

Reynaldo Yovito (02011200044)

ANALISIS PENGARUH AMBIENT FACTORS, DESIGN FACTORS, SOCIAL FACTORS BERPENGARUH TERHADAP SATISFACTION MELALUI IRRITATION KEPADA KONSUMEN ZARA STORE DI SURABAYA

(xiv + 121 pages: 13 figures, 36 tables, 4 attachment)

As time progresses, innovation continues to be carried out in the fields of technology and industry. Likewise, the clothing industry is growing rapidly in Indonesia. Consumer demand is high every year, especially around the holidays. Because holidays are synonymous with new clothes and looking different, manufacturers increase their production quantities. The high public interest in clothing makes the clothing industry one of the priorities. This is a form of encouragement for industry players to continue to develop well in the future. However, the clothing industry does not always experience improvement, the community economy is the biggest influence on people's purchasing power. As we experienced when Covid-19 hit, it not only attacked people's health but also the economy at that time. Not a few clothing industry players weakened to the point of experiencing losses and were even forced to close due to lack of capital and difficulty finding buyers at that time. Even though it was a little hampered and experienced a decline when Covid-19 hit Indonesia, it took time to gain stability because Covid-19 had an impact on people's purchasing power. Several studies also show that although fashion and accessories consumption has decreased somewhat during the pandemic, fashion and accessories still dominate the first place in online shopping.

This research aims to understand the impact of Ambient Factors, Design Factors, and Social Factors on Satisfaction through Irritation. The research method used is a causality approach. This research uses a quantitative approach, referring to references that can carry out simultaneous analysis related to multivariable research models, namely the Structural Equation Model (SEM) using AMOS software. Data for this research was collected by distributing questionnaires to 100 respondents. The characteristics of the respondents are men and women aged 18 – 60 years, live in Surabaya, and are ZARA fashion customers in Surabaya.

The results of this study indicate that the Ambient Factors variable has no significant effect on Irritation with a regression coefficient of 0.157; the Design Factors variable has no significant effect on Irritation with a regression coefficient of 0.506; the Social Factors variable has no significant effect on Irritation with a regression coefficient of 0.438; and the Irritation variable has a significant effect on Satisfaction with a regression coefficient of 0.863.

Keywords: Ambient Factors, Design Factors, Social Factors, Irritation, and Satisfaction.

References: 21 (2018-2020)