

ABSTRAK

PERILAKU BELANJA *ONLINE* PRODUK *FASHION* PADA GENERASI X DAN GENERASI Y DI ERA PANDEMI COVID-19 DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

EUIS NURKOMALASARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembelian *online* produk *fashion* pada generasi X dan generasi Y di era pandemi COVID-19 . Jenis penelitian adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi X dan Y yang melakukan pembelanjaan selama masa pandemi di kota Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan sampel 100 responden. Data tersebut diperoleh dari kuesioner menggunakan skala likert. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis statistic deskriptif. Hasil penelitian menjelaskan konsumen secara bertahap telah melakukan proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Perilaku konsumen dalam membeli produk *fashion* di *e-commerce* menunjukkan motivasi utama konsumen untuk membeli produk *fashion* karena kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dalam berbelanja. Implikasi penelitian ini adalah membuat strategi yang adaptif dengan melakukan evaluasi dan inovasi dari segi produk maupun dari segi layanan.

Kata Kunci: Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca Pembelian, Generasi X dan Generasi Y, *Fashion online*

ABSTRACT

ONLINE SHOPPING BEHAVIOR OF FASHION PRODUCTS IN X GENERATION AND Y GENERATION IN THE COVID-19 PANDEMIC ERA IN BANDAR LAMPUNG

By

EUIS NURKOMALASARI

This study aims to determine the process of online purchasing fashion products in X generation and Y generation in the COVID-19 pandemic era. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The population in this study were generations X and Y who made purchases during the pandemic in the city of Bandar Lampung. The sampling technique used accidental sampling with a sample of 100 respondents. Data were obtained from questionnaires using a Likert scale. The data analysis of this research used descriptive statistical analysis. The study result explains that consumers have gradually made a purchasing decision process, namely problem recognition, information seeking, alternative evaluation, purchase decisions, and post-purchase behavior. Consumer behavior in buying fashion products in e-commerce shows the main motivation of consumers to buy fashion products because of the convenience, comfort, and safety in shopping. The implication of this research was to make an adaptive strategy by evaluating and innovating in terms of products and services.

Keywords: Problem Recognition, Information Search, Alternative Evaluation, Purchase Decision, Post Purchase Behavior, X generation, Y generation, fashion online