

ABSTRAK

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BERDASARKAN PERSPEKTIF GENDER PADA CAFE DAJA HOUSE DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

ANISA AGATHA MAHADEWI

Pengambilan keputusan pembelian konsumen di Cafe Daja House merupakan proses yang melibatkan berbagai pertimbangan, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, hingga evaluasi alternatif. Faktor penting dalam proses ini adalah perbedaan gender, di mana pria dan wanita cenderung memiliki pendekatan yang berbeda dalam membuat keputusan pembelian. Pria umumnya lebih fokus pada aspek fungsional dan harga, sedangkan wanita lebih terpengaruh oleh faktor emosional dan estetika. Pertanyaannya adalah Apakah perspektif gender mempengaruhi keputusan pembelian pada Cafe Daja House di Bandar Lampung. Untuk menjawab pertanyaan tersebut data dikumpulkan dengan survey yang melibatkan 100 sampel. Dengan menggunakan Model Statistik Regresi Berganda ternyata X_1 Gender Wanita dan X_2 = Gender Pria berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Daja House di Bandar Lampung. Besarnya pengaruh tersebut terlihat dari nilai Koefisien Determinasi R Square (R^2) sebesar 45,30% yang artinya bahwa variabel Perspektif Gender (X) mampu mempengaruhi keputusan pembelian pada Cafe Daja House (Y) sebesar 45,30%. Untuk itu diharapkan diharapkan secara berkala melakukan perubahan suasana lingkungan sesuai dengan keadaan dan kegiatan it uterus disampaikan melalui promosi.

Kata Kunci : Perspektif Gender, Keputusan Membeli, Promosi.

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMER PURCHASING DECISIONS BASED ON GENDER PERSPECTIVE AT CAFE DAJA HOUSE IN BANDAR LAMPUNG

By

ANISA AGATHA MAHADEWI

Consumer purchasing decision making at Cafe Daja House is a process that involves various considerations, starting from recognizing needs, searching for information, to evaluating alternatives. An important factor in this process is gender differences, where men and women tend to have different approaches in making purchasing decisions. Men generally focus more on functional and price aspects, while women are more influenced by emotional and aesthetic factors. The question is Does gender perspective influence purchasing decisions at Cafe Daja House in Bandar Lampung. To answer this question, data was collected through a survey involving 100 samples. By using the Multiple Regression Statistical Model, it turns out that X_1 Female Gender and X_2 = Male Gender influence Purchasing Decisions at Cafe Daja House in Bandar Lampung. The magnitude of this influence can be seen from the value of the R Square Determination Coefficient (R^2) of 45.30%, which means that the Gender Perspective variable (X) is able to influence purchasing decisions at Cafe Daja House (Y) by 45.30%. For this reason, it is expected to periodically change the atmosphere of the environment according to the circumstances and activities that are always conveyed through promotions.

Keywords: Gender Perspective, Purchasing Decisions, Promotions.