

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP DAN NIAT KONSUMEN DALAM MENYEWAWA BUSANA TRADISIONAL JAWA SECARA ONLINE PADA ELASC KEBAYA

Safira Septananda Pamurty

20/471022/PEK/26749

Sejalan dengan pertumbuhan penduduk Indonesia dan secara simultan adanya peningkatan secara signifikan pengguna internet. Peningkatan tersebut menjadikan berbagai usaha fesyen mulai beralih strategi dari penjualan secara konvensional menjadi penyewaan berbasis *online* dalam bingkai prinsip *sharing economy* salah satunya adalah persewaan busana tradisional. Tujuan dari penelitian ini menguji pengaruh sikap yang dipengaruhi oleh nilai ekspektasi (keuntungan relatif, kompatibilitas, kepemilikan secara psikologis dan kepentingan ekologis) serta pengaruh norma sosial terhadap niat dan perilaku konsumen dalam menyewa busana tradisional Jawa secara *online* pada Elasc Kebaya.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei yaitu dengan menggunakan kuisioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan diolah menggunakan *software* Smart-PLS 3.0. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 230 responden dengan kriteria responden masyarakat Indonesia yang berumur 20 hingga 40 tahun yang mengetahui bisnis Elasc Kebaya dan belum pernah menyewa di Elasc Kebaya.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa keuntungan relatif, kompatibilitas, kepemilikan secara psikologis, kepentingan ekologis berpengaruh positif terhadap sikap konsumen, hingga kemudian sesuai dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA), sikap dan norma sosial berpengaruh positif terhadap niat dan perilaku konsumen dalam menyewa busana tradisional Jawa secara *online* pada Elasc Kebaya.

Kata kunci: Keuntungan Relatif, Kompatibilitas, Kepemilikan secara Psikologis, Kepentingan Ekologis, Sikap, Norma Sosial, Niat Perilaku, *Theory of Reasoned Action* (TRA), Penyewaan Busana Tradisional Jawa.

ABSTRACT

ANALYZING FACTORS AFFECTING CONSUMER ATTITUDES AND INTENTIONS IN ONLINE RENTAL OF TRADITIONAL JAVANESE ATTIRE WITHIN THE ELASC KEBAYA

Safira Septananda Pamurty

20/471022/PEK/26749

In line with Indonesia's population growth and the simultaneous significant increase in internet users, various fashion businesses have shifted their strategies from conventional sales to online-based rentals within the framework of the sharing economy principles, including the rental of traditional attire. The purpose of this research is to examine the influence of attitudes, influenced by expectation values (relative advantage, compatibility, psychological ownership, and ecological interest), and the influence of social norms on the intentions and behaviors of consumers in renting traditional Javanese attire online in the Elasc Kebaya.

The research methodology employed a quantitative approach through a survey method using questionnaires. Sample selection utilized non-probability sampling with purposive sampling method and processed using Smart-PLS 3.0 software. The sample consisted of 230 respondents meeting the criteria of Indonesian citizens aged 20 to 40 years familiar with the Elasc Kebaya business but have not rented from Elasc Kebaya.

The results of this study indicate that relative advantage, compatibility, psychological ownership, and ecological interest positively influence consumer attitudes. Following the Theory of Reasoned Action (TRA), attitudes and social norms positively influence the intentions and behaviors of consumers in renting traditional Javanese attire online at Elasc Kebaya.

Keywords: Relative Advantage, Compatibility, Psychological Ownership, Ecological Interest, Attitudes, Social Norms, Behavioral Intentions, Theory of Reasoned Action (TRA), Traditional Javanese Attire Rental.