

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Survei Perilaku Pencarian Informasi dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian *Gaming Gear* di Kalangan *Gamer* Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan tujuan untuk mengetahui perilaku *gamer* dalam mencari informasi sebelum melakukan pembelian gaming gear serta kanal informasi apa saja yang diakses.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Keunikan dari penelitian ini adalah ceruk pasar *gamer* yang tersegmentasi serta kedekatan *gamer* dengan media online. Selain itu *gaming gear* merupakan barang dengan keterlibatan tinggi sehingga tidak bisa dilakukan pembelian secara sembarangan. *Gamer* memiliki banyak pilihan jenis *gaming gear* serta berbagai kanal informasi untuk mencari informasi mengenai *gaming gear*. Perilaku *gamer* inilah yang kemudian ingin dicari tahu sehubungan dengan penggunaan medianya.

Objek dari penelitian ini adalah perilaku konsumen *gaming gear* dalam mencari informasi pra pembelian. Ruang lingkup penelitian dibatasi oleh populasi dan sampel yang digunakan. Konsumen *gaming gear* di wilayah Provinsi DIY dengan usia 20 hingga 24 tahun dipilih menjadi sampel penelitian ini dengan mempertimbangkan efektivitas dan efisiensi peneliti dalam melakukan penelitian.

Kuesioner menjadi alat pengambilan data primer dimana didukung pula oleh data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan statistik deskriptif, antara lain distribusi frekuensi, mean, dan tabulasi silang. Teknik analisis ini memudahkan peneliti menganalisis dan memetakan perilaku pencarian informasi konsumen *gaming gear* dalam mengambil keputusan pra pembelian.

Kata kunci : Pengambilan keputusan pembelian, pencarian informasi, kuantitatif, *gaming gear*, *gamer*.

ABSTRACT

The title of this study is Survey of Information Seeking Behavior in the Decision Making of Gaming Gear Purchasing among Gamers in Yogyakarta. It is aim to know the gamers' behavior in seeking information before purchasing gaming gear and to know what information channels are accessed.

The method used in this study was a quantitative survey method. The uniqueness of this study is segmented market of gamer and the relationship between gamer and online media. Besides, gaming gear plays an important role so gamers cannot buy it carelessly. Gamers have many choices of gaming gear. Further, this kind of behavior leads to be studied due to media usage.

The object of this study was gaming gear consumers' behavior in seeking information before purchasing. The scope of this study is limited by the population and samples used. The gaming gear consumers in the Special Region of Yogyakarta, 20 until 24 years old, were chosen to be the samples of this study with the consideration of researcher's effectiveness and efficiency in conducting this study.

A questionnaire is the instrument used to get the main data which is supported by secondary data. Data analysis technique used in this study was descriptive statistic, which included frequency distribution, mean and cross-tabulation. This analysis technique helped the researcher analyzing and mapping the behavior of gaming gear consumers in seeking information before purchasing.

Keywords: purchasing decision making, information seeking, quantitative, gaming gear, gamer