

Abstract

Fashion is a very phenomenal identity in an urban culture. In the urban culture, individual style can be assessed by using items or branded goods imposed. Given that The Goods Dept, One company that sells retail products - fashion products in the country and abroad who have segmentation in the urban capital of both women and men. One of the products that its sell in this department stores are Elhaus. The purpose of this study was to determine whether the background of urban culture and influence men in buying products Elhaus. Using quantitative methods, research data obtained from questionnaires to 98 samples of a total 4000 population of consumers The Goods Dept within 1 month of the period of March 18 to 14 April 2013, which will be implemented as much as 8 times, each weekend (23, 24, 30, March 31 and 6, 7, 13, and 14 April 2013). Data analysis using validity (Pearson correlation), test reliability (Cronbach alpha and corrected item total correlation), test for normality (Kolmogorov-Smirnov), a simple linear regression, and Pearson correlation. The results are, factors related to urban culture and influence on purchase loyalty of Elhaus products at The Goods Dept Pondok Indah Mall. Observations indicate that there is a very strength correlation that is equal to 0.96 and there was a significant influence on purchase loyalty is equal to 93.4%,

Keywords: *Urban Culture, Purchase Loyalty, Fashion*

Abstrak

Fashion merupakan sebuah identitas yang sangat fenomenal di dalam sebuah budaya urban. Di dalam budaya urban, kemodisan seseorang dapat dinilai dengan menggunakan benda atau barang-barang bermerek yang dikenakan. Dengan adanya hal tersebut The Goods Dept. Salah satu perusahaan retail yang menjual produk – produk fashion dalam negeri maupun luar negeri yang memiliki segmentasi pada kaum urban ibukota baik wanita maupun pria. Salah satu produk pria yang di jual di department store ini adalah Elhaus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah budaya urban melatar belakang dan mempengaruhi pria dalam membeli produk Elhaus. Dengan menggunakan metode kuantitatif, data penelitian didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 98 sampel dari total 4000 populasi yang merupakan konsumen The Goods Dept dalam kurun waktu 1 bulan dalam periode tanggal 18 Maret sampai dengan 14 April 2013, yang akan dilaksanakan sebanyak 8 kali, setiap akhir pekan (23, 24, 30, 31 Maret serta 6, 7, 13, dan 14 April 2013). Analisis data menggunakan uji validitas (korelasi pearson), uji reliabilitas (cronbach alpha dan corrected total item correlation), uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), regresi linier sederhana, dan korelasi pearson. Hasil observasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat sekali yaitu sebesar 0,96 dan ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pembelian yaitu sebesar 93,4%.

Kata kunci:*Budaya Urban, Loyalitas Pembelian, Fashion*