

## RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi *Brand Fashion* Luar Negeri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman Angkatan 2017”. Yang melatarbelakangi penelitian ini adalah karena beberapa mahasiswa FEB Unsoed lebih menyukai *brand fashion* luar negeri dibandingkan dengan *brand* lokal karena modelnya dianggap lebih trendi dan mengikuti perkembangan jaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, uang bulanan, lingkungan sosial, dan kemudahan akses secara individu (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) terhadap preferensi mahasiswa FEB Unsoed angkatan 2017 dalam menggunakan *brand fashion* luar negeri. Serta menganalisis seberapa jauh pengaruh harga, uang bulanan, lingkungan sosial, dan kemudahan akses terhadap preferensi mahasiswa FEB Unsoed angkatan 2017 dalam menggunakan *brand fashion* luar negeri. Penelitian ini didasarkan dengan teori perilaku konsumen, preferensi konsumen, dan teori permintaan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian ini yang dijadikan objek adalah Mahasiswa FEB Unsoed angkatan 2017 yang menggunakan *brand fashion* luar negeri. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. Dalam penelitian ini yang merupakan populasi adalah Mahasiswa Sarjana aktif FEB Unsoed angkatan 2017 yang berjumlah 534 mahasiswa. Jumlah sampel yang digunakan adalah 84 responden. Sampel ini diambil dengan menggunakan teknik *slovin*. Pernyataan dalam kuesioner penelitian ini diukur dengan skala likert, kemudian data ordinal pada skala likert diubah menjadi data interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji kriteria statistik yaitu uji t (uji parsial), uji F (uji simultan) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) serta uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga, uang bulanan, lingkungan sosial, dan kemudahan akses memiliki pengaruh signifikan secara individu (parsial) dan secara bersama-sama (simultan) terhadap preferensi mahasiswa FEB Unsoed angkatan 2017 dalam menggunakan *brand fashion* luar negeri. Kemudian 64,8% varian preferensi mahasiswa dalam menggunakan *brand fashion* luar negeri dapat dijelaskan oleh variabel harga, uang bulanan, lingkungan sosial, dan kemudahan akses sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Implikasi dari hasil penelitian tersebut adalah sebaiknya mahasiswa lebih selektif dalam memilih produk dengan kualitas yang lebih baik agar sebanding dengan harga yang dibayarkan, sebaiknya mahasiswa lebih efisien dalam menggunakan uang bulanan dan menyisihkan uang bulanan untuk menabung, sebaiknya mahasiswa membeli *fashion* merek luar yang direkomendasikan oleh keluarga / teman / tetangga / media sosial berdasarkan kebutuhan agar tidak terjadi pemborosan, dan sebaiknya toko

konvensional *brand fashion* luar negeri berada di lokasi yang mudah dijangkau dan toko *online* mudah untuk diakses oleh mahasiswa.

Kata kunci : Preferensi, *brand fashion* luar negeri, harga, uang bulanan, lingkungan sosial, kemudahan akses



## SUMMARY

*This research is entitled "Factors that Affect The Preference of Global Fashion Brands on Students of The Faculty of Economics And Business at Jenderal Soedirman University Class 2017". The background of this research is because some FEB Unsoed students prefer fashion brands foreign compared to brands local because the models are considered more trendy and keep up with the times. The purpose of this study was to analyze the effect of price, monthly money, social environment, and ease of access individually (partially) or collectively (simultaneously) on the preferences of FEB Unsoed students class of 2017 in using fashion brands foreign. As well as analyzing the influence of price, monthly money, social environment, and ease of access to the preferences of FEB Unsoed students class of 2017 in using fashion brands foreign. This research is based on the theory of consumer behavior, consumer preferences, and demand theory.*

*This type of research is a quantitative study using quantitative and qualitative approaches. In this study, the object was FEB Unsoed students class of 2017 who used fashion brands foreign. This research was conducted at the Faculty of Economics and Business, Jenderal Soedirman University. In this study, the population was active undergraduate students of FEB Unsoed class of 2017, totaling 534 students. The number of samples used was 84 respondents. This sample was taken using the technique Slovin. The statements in the questionnaire of this study were measured using the Likert scale, then the ordinal data on the Likert scale were converted into interval data using the Method of Successive Interval (MSI). The data analysis technique used is multiple linear regression analysis to test the statistical criteria that the t test (partial test), F test (simultaneous test) and test the coefficient of determination ( $R^2$ ) and test the classical assumption of normality test, multicollinearity, autocorrelation test, and heteroscedasticity test*

*Based on the results of research and data analysis using multiple linear regression analysis, it shows that the variables of price, monthly money, social environment, and ease of access have a significant effect individually (partially) and collectively (simultaneously) on the preferences of FEB students. Unsoed 2017 class in using fashion brands foreign. Then 64.8% of student preference variants in choosing fashion brands foreign can be explained by variables of price, monthly money, social environment, and ease of access, while the remaining 35.2% is influenced by other factors not examined.*

*The implication of the results of this study is that students should be more selective in choosing products with better quality so that they are comparable to the price paid, students should be more efficient in using monthly money and set aside monthly money to save, students should buy fashion outside branded recommended by the family / friends / neighbors / social media based on the need so that there is no waste, and it is better if conventional stores fashion brand abroad are located in easy-to-reach locations and stores are online easy for students to access.*

*Keywords: Preference, fashion brands foreign, price, monthly money, social environment, ease of access*

