

Perilaku Generasi Z dalam Membeli Produk Lokal Bidang Boga dan Busana berdasar Pendekatan Theory of Planned Behavior

Oleh: Mohammad Adam Jerusalem, Kokom Komariah, Fitri Rahmawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan perilaku generasi Z dalam membeli produk lokal bidang boga dan busana di era teknologi digital dan untuk mengetahui faktor apa dari faktor sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang paling berpengaruh pada Generasi Z membeli produk lokal bidang boga dan busana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan berbasis pada konsep *Theory of Planned Behavior* dengan analisis berdasar Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) dan *Structural Equations Modeling* (SEM). Hasil dari penelitian ini adalah sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif pada niat generasi Z serta kontrol perilaku dan niat berperilaku juga memiliki efek positif pada perilaku generasi Z untuk membeli produk lokal bidang boga dan busana. Variabel yang paling berpengaruh pada niat generasi Z untuk membeli produk lokal bidang boga dan busana adalah norma subjektif dengan nilai koefisien terbesar yakni 0,83.

Kata Kunci: *Perilaku Generasi Z, Produk Lokal, Boga, Busana, Theory of Planned Behavior*