

ABSTRAK

Penelitian ini bersetujuan untuk mengetahui sumber informasi apa saja yang menjadi pertimbangan perempuan pembeli produk aksesoris di Toko Stroberi dan proses pembelajaran yang berlangsung dan melatar belakangi perempuan pembeli produk aksesoris di Toko stroberi.

Sumber informasi masih dimanfaatkan sebagai acuan konsumen perempuan dalam melakukan pembelian produk aksesoris. terutama bagi perempuan yang ingin mengekspresikan dirinya dan berpenampilan sempurna. Sehingga konsumen perempuan melakukan pembelajaran terhadap informasi tersebut yang secara sadar dan tidak sadar mereka peroleh baik secara observasi, membaca, diskusi, atau pengalaman.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tipe penelitian diskriptif menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Unit analisis penelitian ini adalah individu perempuan yang berstatus sebagai pembeli produk aksesoris pada Toko Stroberi Tunjungan Plaza Surabaya.

Hasil dari penelitian ini adalah sumber informasi yang menjadi pertimbangan perempuan pembeli produk aksesoris adalah sumber informasi personal yaitu teman sebayanya. Lebih dalamnya lagi kaum perempuan mengalami proses pembelajaran yang berlangsung dan melatar belakangi pembelian melalui pembelajaran pasif dan aktif. Pembelajaran pasif dari perspektif Clasiccal Conditioning didasarkan pada asosiasi stimulus yaitu, stimulus utama dengan melihat langsung Tokonya atau stimulus dari temannya. Sedangkan Stimulus kedua merupakan desain interior. Sehingga melihat langsung Tokonya (stimulus utama) yang sudah mampu menimbulkan respon pada konsumennya kemudian diperkuat kembali dengan konsep desain interior (rangsangan kedua) yang dapat menimbulkan respon positif konsumennya. Dari perspektif Instrumental Conditioning responden mengalami kepuasan terhadap produk aksesoris. responden belajar tentang aksesoris produk melalui pengalaman penggunaan pribadi secara langsung, melakukan uji coba, dan melihat orang lain sebagai model. Selanjutnya pembelajaran aktif dari perpektif kognitif responden. Mengalami pemrosesan informasi, mencari informasi, mengevaluasi produk dan harga. Pada akhirnya, responden yang melakukan pembelajaran pasif dan aktif melakukan pembelian