

HUBUNGAN KEBUTUHAN AKAN KEUNIKAN (*NEED FOR UNIQUENESS*) DENGAN INTENSI MEMBELI PRODUK *FASHION PREMIUM* PADA GENERASI Y

Grace Nathania

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara Kebutuhan akan Keunikan (*Need for Uniqueness*) dengan Intensi Membeli *Fashion Premium* pada generasi Y. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 240 orang yang tergolong kedalam generasi Y, yaitu orang yang lahir antara tahun 1980-1999. Data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan 20 item skala *Need for Uniqueness* ($\alpha=0.929$) dan 4 item skala intensi membeli ($\alpha=0.783$), yang disebarkan kepada subjek melalui *Google Form* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah Spearman's Rho Correlation karena terdapat hubungan yang linear, namun data tidak dapat terdistribusi secara normal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan dengan kategori rendah antara Kebutuhan akan Keunikan (*Need for Uniqueness*) dengan Intensi Membeli *Fashion Premium* pada Generasi Y ($r=0.254$, $p=0.000$).

Kata kunci : Kebutuhan akan Keunikan, *Need for Uniqueness*, Intensi Membeli, *Fashion Premium*, Generasi Y.

Correlation Between Need for Uniqueness and Premium Fashion Purchase Intention In Generation Y

Grace Nathania

ABSTRACT

The current research was aimed to understand the relationship between the Need for Uniqueness and Intention of Purchasing Premium Fashion in Generation Y. The sample size of the current study was 240 Generation Y, who was born between 1982 and 2000. This study obtained data using 20 items need for uniqueness scale ($\alpha=0.929$) and four items Purchase Intention scale ($\alpha=0.783$), which distributed via Google Form with Purposive sampling method. Data were analyzed with Spearman's Rho Correlation technique because there's a linear correlation, but the data did not follow normal distribution. The Results shows that there was a positive and significant with low category correlation between Need for Uniqueness and Premium Fashion Purchase Intention. ($r=0.254, p=0.000$)

Keywords: Need for Uniqueness, Purchase Intention, Premium Fashion, Generation Y