

**ANALISIS PERSEPSI DAN HARAPAN PARA GENERASI Z
PADA PRODUK NATHA KONVEKSI**

SKRIPSI



Disusun oleh:
NICHOLAS ADI SANJAYA
21.D1.0150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

**ANALISIS PERSEPSI DAN HARAPAN PARA GENERASI Z
PADA PRODUK NATHA KONVEKSI**

SKRIPSI



Disusun oleh:
NICHOLAS ADI SANJAYA
21.D1.0150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan harapan para generasi z pada produk Natha Konveksi. Data penelitian diperoleh dari data primer atau hasil jawaban responden secara langsung melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen dengan kriteria generasi z yang pernah membeli pakaian di toko apparel dan secara terbuka menyatakan tertarik terhadap *fashion* pakaian. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif menggunakan SPSS 25 *version*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Bangli memiliki persepsi yang baik terhadap produk Natha Konveksi. Generasi Z di Kota Bangli mengharapkan produk kaos dan kemeja regular fit bertema budaya lokal dengan harga terjangkau dan kualitas sepadan, lokasi penjualan yang strategis, kemudahan akses melalui *e-commerce*, serta promosi yang relevan dan rutin melalui media sosial. Temuan ini memberikan masukan bagi Natha Konveksi untuk menyusun strategi produk dan pemasaran yang lebih tepat sasaran.

ABSTRACT

This research aims to analyze the perceptions and expectations of Generation Z toward Natha Konveksi products. The research data were obtained from primary sources through direct responses from respondents using questionnaires. The sample consisted of 100 respondents selected using purposive sampling, with the criteria being Generation Z consumers who have previously purchased clothing from apparel stores and openly expressed an interest in fashion. The data were analyzed using descriptive analysis using SPSS 25 version. The results show that Generation Z in Bangli City has a positive perception of Natha Konveksi products. They expect t-shirts and regular-fit shirts featuring local cultural themes, offered at affordable prices that reflect their quality. Additionally, they desire strategic store locations, easy access through e-commerce platforms, and engaging promotions regularly shared via social media. These findings provide valuable input for Natha Konveksi in developing more targeted product and marketing strategies.