

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor produk, harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian batik di Pasar Klewer Surakarta. Keputusan konsumen dalam pembelian batik di Pasar Klewer, sebelumnya melalui proses pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi alternatif pembelian, tindakan pembelian, dan evaluasi setelah pembelian. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang membeli batik di Pasar Klewer Surakarta, dengan menggunakan cara purposive sampling untuk mengambil sampel sebanyak 180 responden. Penentuan sampel ini memperhatikan juga kondisi waktu dan keuangan, yaitu kondisi waktu ramai, sedang, dan sepi, juga kondisi keuangan kuat, sedang, dan lemah.

Model yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah "Regresi Linier Berganda", untuk membuktikan hipotesis pertama dilakukan dengan menggunakan uji-F, sedangkan hipotesis kedua menggunakan uji-t, variabel tidak bebas dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen (Y), dan variabel bebasnya adalah Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan Pelayanan (X_4).

Hasil penelitian dan analisis dengan bantuan microstat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -1,9598 + 0,3406 X_1 + 0,5740X_2 + 0,1177X_3 + 0,1166X_4$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan, adanya pengaruh variabel-variabel produk, harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian batik di Pasar Klewer Surakarta. Hasil analisis juga diperoleh koefisien korelasi keseluruhan (multiple-R) sebesar 0,79 (79%) dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,63 (63%). Setelah melalui pengujian F_{test} diperoleh hasil bahwa variabel-variabel tersebut di atas mampu menjelaskan variasi keputusan konsumen membeli batik di Pasar Klewer Surakarta secara signifikan. Setelah diuji t_{test} variabel-variabel tersebut secara parsial, juga mampu menjelaskannya variasi keputusan konsumen tersebut secara signifikan. Dari hasil analisis itu pula diketahui bahwa harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian batik di Pasar Klewer Surakarta dengan r^2 sebesar 0,4409 pada probabilitas 0,0000. Simpulannya baik hipotesis pertama dan kedua sama-sama diterima.

ABSTRACT

The purpose of the study was to analyze product, price, promotion and service factors of the consumer's decision to buy batik at Klewer Market Surakarta. Before the consumers decide to buy batik at Klewer Market, Surakarta they went through the process of introduction of need, wish and sought the information, evaluated the alternative purchase, purchased and evaluated after purchasing. The study was performed to the customers who bought batik at Klewer Market Surakarta using purposive sampling to take samples of 180 respondents. To determine the samples, it also concerned the time of much, moderate and low purchasing, and strong, moderate and weak financial conditions.

The model used to analyze the data in this study was multiple linear regression. To prove the first hypothesis, it was done using F test, and second hypothesis used t-test, dependent variable in this study was customers' decision (Y), and independent variables in this study were product (X₁), price (X₂), promotion (X₃) and service (X₄).

The result of the study and the analysis using microstat, it was obtained regression equation as follows :

$$Y = -1,9598 + 0,3406 X_1 + 0,5740X_2 + 0,1177X_3 + 0,1166X_4$$

The regression equation showed that there was influence of the independent variables and dependent variable in buying batik at Klewer Market, Surakarta. The result of the analysis, it was obtained all correlation coefficient (R multiple), 0,79 (79%) and determination coefficient (R²) 0,63 (63%). From F_{test} it was obtained the result that the above variables were able to explain the variation of the customers' decision to buy batik at Klewer Market Surakarta significantly. Through t_{test} those variables partially were also able to explain the variation of the customer's decision significantly. It was known from the result of the analysis that price was the variable that had the dominant influence to the customer's decision of purchasing batik at Klewer Market Surakarta with r² 0,4409 at probability 0,0000. The conclusion for both hypotheses were accepted.