

INTISARI

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin meningkat dan beragam baik kuantitas maupun kualitasnya. Memahami perilaku pembelian konsumen tak pernah menjadi hal yang sederhana, untuk itu bagi pihak produsen, akan mendapat keuntungan apabila mampu memahami konsumennya secara menyeluruh bagaimana dan mengapa mereka membeli.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen pasar Beringharjo di Kota Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel aksidental. Responden dalam penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja berbagai jenis produk di pasar Beringharjo sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor layanan, harga, lokasi, produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen dan juga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen. Dari keempat variabel, variabel harga mempunyai pengaruh sangat signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

Manfaat penelitian adalah sebagai acuan untuk memahami perilaku pembelian konsumen pasar Beringharjo, sehingga para pengusaha maupun pedagang dapat menyusun berbagai strategi usaha sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Dengan demikian para pengusaha maupun pedagang dapat bertahan hidup serta dapat berkembang dan mampu bersaing dengan pengusaha lain yang berada di sekitar pasar Beringharjo.

Kata Kunci: Perilaku Pembelian Konsumen