

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metode mempengaruhi pada perilaku konsumen dalam berbelanja di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penelitian ini adalah : harga, produk, layanan, lokasi dan kenyamanan. Sedangkan target responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berbelanja di Pasar Beringharjo Yogyakarta. Untuk mendapatkan respon atau komentar dalam memenuhi penelitian ini dilakukan penyebaran angket atau kuesioner pada para responden yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dapat memberikan jawaban dari daftar pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti. Model analisis meliputi analisis regresi linier berganda, sedangkan untuk pengujian hipotesis terdiri atas uji t, uji F, analisis kolerasi berganda dan koefisien determinasi dan analisis Chi Square.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Variabel yang berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumen diantara faktor harga, produk, layanan, lokasi dan kenyamanan adalah Harga, dan (2) Terdapat perbedaan perilaku yang signifikan antara ibu-ibu rumah tangga dan mahasiswi untuk atribut produk dan lokasi, sedangkan tidak ada perbedaan perilaku pada atribut harga, layanan dan kenyamanan.

Kata Kunci : Perilaku konsumen dengan atribut Harga, Produk, Layanan, Lokasi

ABSTRACT

This research aim to to identify method influence at behavior of consumer in shopping at Market of Beringharjo Yogyakarta. As for factors influencing behavior of consumer in this research is : price, product, service, freshment and location. While responder goals in this research is society which have shopped at Market of Beringharjo Yogyakarta. To get comment or respon in fulfilling this research is done/conducted by spreading of or enquette of kuesioner at all responder which have been determined by researcher to be able to give answer of questionnaire which have been provided by researcher. Analysis model cover analysis of regresi doubled linear, while for the examination of hypothesis consist of test of t, test F, analyse doubled correlation and coefficient of determinasi analysis and of Chi Square.

Result of research indicate that (1) Variable having an effect on dominant to behavior of consumer among price factor, product, service, freshment and location is Price, and (2) There are difference of behavior which is signifikan among/between coed and housewives for the attribute of location and product, while there no difference of behavior at price attribute, freshment and service.

Key Word : Behavior of consumer by the atribut Price, Product, Place, Service and