

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PELUANG KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI KAWASAN BATIK TRUSMI CIREBON

Oleh : Faulika Dwi Astuti
NRP : 154030027
Program Studi Ekonomi Pembangunan
Universitas Pasundan

ABSTRAK

Penjualan batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon pada tahun 2017 mengalami penurunan yang sangat drastis yakni mencapai 50.8%. Penurunan ini disebabkan oleh faktor internal yaitu daya saing penjualan batik antar toko dan showroom serta hal lainnya adalah maraknya batik cetak Cina yang masuk ke Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil konsumen dan pengaruh variabel usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif deskriptif. Model regresi yang digunakan yaitu model regresi nonlinier jenis probit. Berdasarkan analisa penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa usia rata-rata konsumen yang datang yaitu berusia 16-31 tahun dengan 70% konsumennya berjenis kelamin perempuan. Sebanyak 64% konsumennya menempuh tingkat pendidikan terakhir D3/S1 dengan 65% konsumennya memiliki jenis pekerjaan dalam bidang swasta. Pendapatan rata-rata konsumen di Kawasan Batik Trusmi Cirebon yaitu >Rp6.000.000. Konsumen yang datang sebanyak 49% berasal dari Kabupaten/Kota Cirebon. Kesimpulan lain yang diperoleh yaitu variabel usia dan pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian batik, sementara itu variabel jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.

Kata Kunci : Peluang, Keputusan Pembelian, Faktor Internal.

ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER OPPORTUNITIES ON BATIK PURCHASE DECISIONS IN BATIK TRUSMI AREA CIREBON

By: Faulika Dwi Astuti

NRP: 154030027

Development Economics Study Program
Pasundan University

ABSTRACT

Batik sales in Batik Trusmi area of Cirebon in 2017 had very drastic decreased until 50.8%. This decreased was caused by internal factors, namely the competitiveness of batik sales between shops and showrooms and the other thing was the rise of Chinese printed batik entering Indonesia. This study aims to determine consumer profiles and the effect of variables of age, gender, education, occupation, and income on batik purchasing decisions in the Batik Trusmi Cirebon area by using a sample of 100 respondents. The method used in this research is descriptive quantitative method. The regression model used is a nonlinear regression model of the type of probit. Based on the analysis of the research that has been done, the results show that the average age of consumers who come is 16-31 years old with 70% of consumers being female. As many as 64% of consumers take the last level of education in D3 / S1 with 65% of consumers having a type of work in the private sector. The average income of consumers in the Batik Trusmi Cirebon area is > Rp. 6,000,000. Consumers who came as many as 49% came from Regency / City of Cirebon. Other conclusions obtained were that the age and education variables had a significant effect on batik purchasing decisions, while the variables of gender, occupation, and income did not significantly influence batik purchasing decisions in the Trusmi Cirebon Batik Area.

Keywords: Opportunities, Purchasing Decisions, Internal Factors.