

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
PELANGGAN LISTRIK PRABAYAR DI KECAMATAN DEPOK  
KABUPATEN SLEMAN PROVINSI DIY**

Oleh  
Aninnas  
NIM 09417144006

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, kelas sosial, dan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama terhadap perilaku konsumen listrik prabayar di kecamatan Depok kabupaten Sleman provinsi DIY.

Populasi penelitian ini adalah pelanggan listrik prabayar PT.PLN (Persero) di kecamatan Depok, Sleman. Jumlah sampel ditentukan dengan *purposive sample* sebanyak 100 orang. Data diperoleh dengan teknik kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Validitas dan reliabilitas instrument dihitung dengan rumus korelasi product moment dan rumus *Alpha*. Hasil uji validitas menyatakan bahwa dari 48 butir pertanyaan/pernyataan yang dimasukkan terdapat 43 butir dengan signifikansi  $<0,05$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga dinyatakan valid, dan terdapat 5 butir yang tidak valid karena memiliki signifikansi  $>0,05$  dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Butir-butir yang tidak valid tidak dimasukkan dalam tahap selanjutnya. Hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa semua variabel yang dimasukkan adalah reliabel karena mempunyai koefisien Alpha  $>0,6$ . Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dengan nilai  $t_{hitung}10,968 > t_{tabel}1,984$ , nilai koefisien korelasi ( $r$ ) 0,742, nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) 0,551, dan persamaan garis regresi  $Y=7,550+0,668X$ , (2) kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dengan nilai  $t_{hitung}7,337 > t_{tabel}1,984$ , nilai koefisien korelasi ( $r$ ) 0,595, nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) 0,355, dan persamaan garis regresi  $Y=15,864+0,815X$ , (3) bauran pemasaran (*Marketing Mix*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dengan nilai  $t_{hitung}10,247 > t_{tabel}1,984$ , nilai koefisien korelasi ( $r$ ) 0,719, nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) 0,517, dan persamaan garis regresi  $Y=6,906+0,515X$ , (4) sikap, kelas sosial, dan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dengan nilai  $F_{hitung}49,778 > F_{tabel}2,669$ , nilai koefisien korelasi ( $R$ ) 0,780, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) 0,609, dan persamaan garis regresi  $Y=3,347+0,386X_1+0,213X_2+0,196X_3$ .

Kata kunci: perilaku konsumen, sikap, kelas sosial, bauran pemasaran.