

PENGETAHUAN DAN SIKAP KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI OLEH-OLEH DI BAKPIAKU YOGYAKARTA

ABSTRAK

Oleh
Gisela Kuntidharma Monika
16511247001

Penelitian ini bertujuan (1) Mengetahui pengetahuan konsumen tentang oleh-oleh Bakpiaku Yogyakarta, (2) Mengetahui sikap konsumen tentang oleh-oleh Bakpiaku Yogyakarta (3) Mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan membeli oleh-oleh Bakpiaku Yogyakarta (4) Mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan membeli oleh-oleh Bakpiaku Yogyakarta (5) Mengetahui pengaruh pengetahuan dan sikap konsumen terhadap keputusan membeli oleh-oleh Bakpiaku Yogyakarta.

Jenis penelitian adalah survei. Populasi penelitian berjumlah 400 konsumen. Tempat dan waktu penelitian di toko Bakpiaku pada 8 January 2019. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *insidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang berdasarkan rumus Taro Yamane dan tingkat kepercayaan 10%. Teknik pengumpulan data menggunakan tes dan angket. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Pengetahuan konsumen mempunyai kategori tinggi sebesar 86,3%, kategori sedang sebesar 5% dan kategori rendah sebesar 8,8%. (2) Sikap konsumen mempunyai kategori tinggi sebesar 12,5%, kategori sedang sebesar 70,0% dan kategori rendah sebesar 17,5%. (3) Terdapat pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian di Bakpiaku Yogyakarta dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar $5,067 > 0,816$. (4) Terdapat pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian di Bakpiaku Yogyakarta dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sebesar $5,439 < 0,816$. (5) Terdapat pengaruh pengetahuan konsumen dan sikap konsumen secara bersamaan terhadap keputusan pembelian di Bakpiaku Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 30,864 dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, persamaan regresi berganda adalah $Y = 6,232 + 0,345X_1 + 0,359X_2$ dengan $R^2 = 0,431$.

Kata kunci: Pengetahuan konsumen, sikap konsumen, dan keputusan pembelian.

Consumer Behavior in Decision-making Buy Souvenir in Bakpiaku Yogyakarta

ABSTRACT

By:

Gisela Kuntidharma Monika

16511247001

This study aims to (1) knows the knowledge and judgment in determining the purchase decision of bakpiaku, bought in (2) knows the influence in determining attitudes and the purchase decision of buy, bakpiaku in ivogyakarta (3) know the relationship between knowledge and attitudes in determining the purchase of bakpiaku.

This type of research is a survey. The research population was 400 consumers. The place and time of the research at Bakpiaku store on January 8, 2019. The sampling technique was done by incidental sampling method with a total sample of 80 consumers based on the Taro Yamane formula and 10% confidence level. The technique of collecting data use tests and questionnaires. The data analysis technique uses multiple regression analysis.

The results showed that (1) Consumer knowledge has a high category 86.3%, medium category 5% and low category 8.8%. (2) The attitude of consumers has a high category 12.5%, the medium category 70.0% and the low category 17.5%. (3) There is the influence of consumer knowledge on purchasing decisions in Bakpiaku Yogyakarta with a t count greater than t table of $5.067 > 0.816$. (4) There is the influence of consumer attitudes towards purchasing decisions in Bakpiaku Yogyakarta with a t count greater than t table of $5.439 < 0.816$. There is the influence of consumer knowledge and consumer attitudes simultaneously towards purchasing decisions at Bakpiaku Yogyakarta. This is evidenced by the results of the test obtained that the value of Fcount is 30.864 with a significant value of $0.000 < 0.05$, the multiple regression equation is $Y = 6.232 + 0.345X^1 + 0.359X^2$ with $R^2 = 0.431$.

Keywords: *knowledge consumers , attitude consumers , and decisions the purchase*

