

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DI WARUNG SOP MERAH BU ASIH YOGYAKARTA

Oleh :
Anisa Mushlika Ismawati
NIM. 15511244007

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui profil responden yang berkunjung di Warung Sop Merah Bu Asih, (2) untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian konsumen di Warung Sop Merah Bu Asih, (3) untuk mengetahui Faktor apa yang paling dominan dalam menentukan pembelian konsumen di Warung Sop Merah Bu Asih.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Warung Sop Merah Bu Asih yang terletak di Jalan Kol. Sugiyono No. 74, Brontokusuman, Mergangsan, Yogyakarta pada bulan Februari 2019 hingga Mei 2019. Populasi penelitian adalah konsumen Warung Sop Merah Bu Asih berjumlah 420 pengunjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling non acak yaitu *Insidental sampling*. Ukuran sampel penelitian sebanyak 81 orang ditentukan dengan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif berupa modus, median, mean, kategorisasi dan uji T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) mayoritas responden yang berkunjung di Warung Sop Merah Bu Asih Pembeli terbanyak di Warung Sop Merah Bu Asih dalam penelitian ini adalah perempuan 53 (65,4%). Lebih dari separuh pembeli adalah mahasiswa 42 (51,9%) sebagian besar tempat tinggal pembeli adalah di DIY 58 (71,6%) Umur pembeli terbanyak adalah 19-22 tahun yaitu 33 (40,7%), (2) konsumen mempunyai persepsi yang baik tentang produk, harga, lokasi, proses, sarana, orang/SDM dan karakteristik konsumen, namun promosi yang dilakukan oleh Warung Sop Merah Bu Asih termasuk dalam kategori kurang baik. Persepsi yang sangat baik diperoleh dari SDM dengan pelayanan yang cepat. Hal tersebut dimungkinkan karena sebagian besar konsumen perempuan dan mahasiswa yang menginginkan pelayanan yang praktis. Persepsi kurang baik diperoleh dari Promosi, dimana Warung Sop Merah Bu Asih tidak melakukan promosi di dalam media televisi maupun radio sehingga konsumen tidak mendapat informasi mengenai warung tersebut. (3) Rerata faktor eksternal (7P) 3,05 lebih tinggi dibandingkan faktor internal 2,92 dan berbeda secara signifikan 0,007 . Hal ini berarti bahwa faktor 7P lebih dominan mempengaruhi pembelian di Warung Sop Merah Bu Asih.

Kata kunci : Sop Merah Bu Asih, Pembelian konsumen.

FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMERS IN PURCHASING AT WARUNG SOP MERAH BU ASIH YOGYAKARTA

By:
Anisa Mushlika Ismawati
NIM 1551124407

ABSTRACT

The aims of this research were: (1) find out the profile of respondents who visited Warung Sop Merah Bu Asih; (2) find out what factors influence consumers in buying at Warung Sop Merah Bu Asih; and (3) find out the most dominant factor in determining consumers in buying at Warung Sop Merah Bu Asih.

This research is a descriptive research with a quantitative approach. This research was carried out at the Warung Sop Merah Bu Asih located on Jalan Kol. Sugiyono No. 74, Brontokusuman, Mergangsan, Yogyakarta in February 2019 until May 2019. The research population was 420 consumers of Warung Sop Merah Bu Asih. The sampling technique uses non-random sampling technique, namely incidental sampling. The sample size of 81 people was determined by the Slovin formula. Data collection techniques using questionnaires and observations. The data analysis technique uses quantitative descriptive analysis in the form of mean, mode and median.

The results showed that: (1) The profile of the majority of consumers visiting Warung Sop Merah Bu Asih was 53 women (65.4%) with ages 19-22 years old, 33 (40.7%) working as students 42 (51 , 9%) and live in DIY 58 (71.6%); (2) there are two factors that influence consumers in purchasing at Warung Sop Merah Bu Asih Yogyakarta namely internal factors in the form of consumer characteristics and external factors in the form of products, prices, locations, processes, facilities and people/HRD. The highest average is in the process factor, namely fast service 3.48 and the lowest average on the promotion factor, namely television and radio coverage 2.00; and (3) external factors are more dominant in influencing consumers in buying at Warung Asih Merah Bu Asih with an average of 3.01 the highest average lies in the sub-factors process, namely 3.27 and internal factors with an average of 2.96.

Keyword : Sop Merah Bu Asih, Buying Decisions