

ABSTRAK

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK KONSUMEN DENGAN SIKAP KONSUMEN PRODUK FASHION DI MATAHARI DEPARTEMENT STORE

Lourdesta Rosari Listriana

Universitas Sanata Dharma
Jogjakarta
2006

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah ada hubungan antara karakteristik konsumen dengan sikap konsumen produk *fashion* di Matahari *Departement Store* Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus yang merupakan penelitian terhadap subjek dan objek yang telah ditentukan. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang atau pernah membeli produk *fashion* di Matahari *Departement Store* Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling Method*. Teknik analisis data dengan menggunakan Analisis *Fishbeins* dan Analisis Koefisien Kontingensi untuk mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen dengan sikap konsumen produk *fashion*.

Dari hasil penelitian diketahui sebagian besar responden adalah laki-laki (56%) dan sikap konsumen terhadap produk *fashion* adalah cukup (48,4203) yang terletak di skala 40 – 60. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa antara jenis kelamin, pendapatan/uang saku, usia dan pekerjaan tidak ada hubungannya dengan sikap konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh hasil interpretasi Koefisien Kontingensi yang lemah.

ABSTRACT
**ANALYSE RELATION OF CONSUMER CHARACTERISTIC WITH
CONSUMER BEHAVIOR OF FASHION PRODUCT**

Lourdesta Rosari Listriana

Universitas Sanata Dharma
Jogjakarta
2006

The aim of this research is to find out the relation of consumer characteristic with consumer behavior of product fashion in Matahari Departement Store Yogyakarta.

This research is a case study which is a study toward the determined subject & object. The method used to collect data is quisionair. The population in this research is a peoples who have shopped in Matahari Departement Store Yogyakarta. Sample which are 100 respondents. The sample is decided by using *Purposive Sampling Method*. The technique for analyzing data is " *Analisis Fishbeins* and *Analisis Coefficient Contingency*" to find out the relation of consumer characteristic with consumer behavior of product fashion in Matahari Departement Store Yogyakarta..

From this result of research known that by some of respondents is man (56%), and consumer attitude to fashion product is enough (48,4203) what lay in scale 40 – 60. From result of research also indicate that among gender, earnings, age and work there no relation with consumer behavior. This matter is shown from very weak interpretation Coefficient Contingency.

KATA PENGANTAR