

**PENGARUH KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN PRODUK IMITASI**
Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma

Ika Prayutan Pandin
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2007

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh karakteristik konsumen terhadap pembelian dan loyalitas pada produk imitasi. Jenis penelitian ini adalah studi kasus terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah para Mahasiswa Fakultas Ekonomi yaitu sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah chi square dan koefisien kontingensi.

Dari analisis data yang dilakukan, diketahui bahwa kebanyakan mahasiswa yang menjadi responden termasuk dalam kategori dewasa, berpenghasilan rendah, gaya hidup sederhana, berkepribadian selektif, tingkat pembelian rendah, dan loyalitas yang rendah. Karakteristik usia, pendapatan, gaya hidup, dan kepribadian berpengaruh signifikan terhadap tingkat pembelian dan loyalitas. Karakteristik gaya hidup paling berpengaruh terhadap tingkat pembelian, sedangkan karakteristik usia paling berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pada produk imitasi.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSUMER CHARACTERISTIC TO PURCHASING OF DUMMY PRODUCT

**A Case Study to Faculty of Economics Student
Sanata Dharma University**

**Ika Prayutan Pandin
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2007**

The aim of this research was to know the influence of consumer characteristic to loyalty and purchasing at dummy product. This research type was case study to Faculty of Economics Student of Sanata Dharma University.

The sample taken in this research was of Faculty of Economics Students as many as 100 people. Data collecting technique that applied was documentation and questionnaire. Data analytical technique that utilized is *Chi Square* and Contingency Coefficient.

The research found that most student becoming respondent included in adult category, low production, simple life style, selective personality, level of low purchasing, and loyalty is low. Age, earnings, life style, and personality characteristic had a significant effect to level of loyalty and purchasing. Life style characteristic had an effect to level of purchasing, while age characteristic had the most significant effect to level of loyalty at dummy product.

KATA PENGANTAR