

ABSTRAK

ANALISIS MOTIF KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PAKAIAN DI *BOUTIQUE*

Studi Kasus Pada “Mermaid” *Boutique*, “Flip Flop” *Boutique*
Dan “Day Or Night” *Boutique*
Di Jalan Gejayan
Yogyakarta

Yulita Eny Widiastuti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2007

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: motif apa yang menjadi alasan konsumen dalam melakukan pembelian pada ketiga *boutique* yakni “Mermaid” *boutique*, “Flip Flop” *boutique* dan Day Or Night *boutique*, dan juga untuk mengetahui motif apa yang paling penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian pakaian di ketiga *boutique* diatas.

Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis persentase, untuk mengetahui persentase masing-masing motif konsumen di masing-masing *boutique*. dan untuk mengetahui prioritas kepentingan masing-masing motif di masing-masing *boutique* digunakan analisis prioritas kepentingan. Secara keseluruhan, penelitian ini menggunakan 100 orang responden. Adapaun alat untuk pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi , wawancara dan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden yang melakukan pembelian di ketiga *boutique*. teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik “*Accidental Sampling*”.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa: motif para konsumen untuk melakukan pembelian pakaian di *boutique* adalah motif primer sebesar 61% untuk “Mermaid” *boutique* dan motif rasional sebesar 45% untuk “Flip Flop” *boutique* dan 34% untuk “Day Or Night” *boutique* sedangkan untuk motif pembelian yang terpenting bagi konsumen adalah motif rasional untuk “Mermaid” *boutique* dan “Flip Flop” *boutique*, motif selektif untuk “Day Or Night” *boutique*.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE CUSTOMERS' MOTIVES IN MAKING PURCHASE OF APPARELS IN BOUTIQUE

**A Case Study in "Mermaid" Boutique, "Flip Flop" Boutique
and "Day Or Night" Boutique
on Gejayan Street
Yogyakarta**

**Yulita Eny Widiastuti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2007**

This study was conducted to identify: the reason customer had in mind when they purchased products in three boutiques, namely "Mermaid" boutique, "Flip Flop" boutique and "Day Or Night" boutique; and to know the most significant motive for buying or purchasing in the three boutiques.

The data analysis techniques used in this study were analysis of percentage to know the motive of purchasing in each boutique and analysis of importance-priority to know the highest priority of the motive in each boutique. This study used 100 respondents for the research sample. The methods to collect data in this study were observation, interview and questionnaire distributed directly to the respondents who made purchase in the three boutiques. The sampling technique was "Accidental Sampling".

The results of the data analysis indicated that the reason for the customers to purchase apparels in "Mermaid" boutique was primary motive (61%), and in "Flip Flop" and "Day Or Night" boutique is rational motif ((45%) and (34%) respectively). The most significant motive for "Mermaid" and "Flip Flop" boutique was rational, and was selective motive for "Day Or Night" boutique