

ABSTRAK

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI ALASAN KONSUMEN
UNTUK MENGUNJUNGI PASAR KLITHIKAN**

Studi kasus: Pasar Klithikan Kuncen Yogyakarta

Ismara Indra

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta**

2010

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi alasan konsumen untuk mengunjungi Pasar Klitikan Kuncen Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang responden.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah mengunjungi Pasar Klithikan Kuncen Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah 1) Analisis Persentase untuk mengetahui karakteristik konsumen, 2) Analisis Cochran Q-Test untuk mengetahui alasan-alasan konsumen untuk mengunjungi Pasar Klitikan Kuncen Yogyakarta.

Dari Analisis persentase diperoleh hasil yaitu paling banyak konsumen yang diteliti adalah pria (71%), berusia 21 - 30 tahun (53%), tingkat pendidikan SMA/Sederajt (51%), bekerja sebagai karyawan swasta (42%), penghasilan perbulan sebesar Rp 501.000 – Rp 1.000.000 (50%), belum menikah (69%) dan frekuensi berkunjung 1 kali dalam sebulan (38%). Dari analisis Cochran Q-Test menunjukkan bahwa alasan konsumen mengunjungi pasar Klitikan Kuncen Yogyakarta, yaitu harga barang di Pasar Klithikan murah dan terjangkau, suasana khas dalam pasar Klithikan tidak ditemui di pasar lain , keluarga, teman, rekan kerja menjadi referensi untuk mengunjungi Pasar Klithikan , perasaan nyaman dengan gedung Pasar Klithikan yang layak dan memadai dan lokasi Pasar Klithikan mudah dijangkau dengan kendaraan umum maupun pribadi .

Kata kunci : harga, barang, pasar, uang, perilaku konsumen.

ABSTRACT

**FACTORS THAT MOTIVATED CONSUMERS TO VISIT
KLITHIKAN MARKET**

A Case Study on Klithikan Market, Kuncen, Yogyakarta

**Ismara Indra
Management Study Program
Faculty of Economic
Sanata Dharma University Yogyakarta
2011**

The objective of this study is to find out factors that motivate consumers to visit Klithikan Market, Kuncen, Yogyakarta. This study is a case study. The sample of this research is 100 respondents.

This research was conducted by distributing the questionnaire to 100 respondents who were visiting Klithikan Market, Kuncen, Yogyakarta. The analysis technique that is applied in this research are (1) Percentage Analysis technique and (2) Chocharan Q-Test Analysis technique.

Based on the percentage analysis, 71% consumers were male, 53% consumers were 21-30 years old, 51% consumers are graduated from Senior High School, 42% consumers were private employees, 50% of consumers who have income Rp 501.000-Rp 1.000.000, 69% consumers had note married yet, and 38% of consumers visit Klithikan Market once in a month. Based on Chocharan Q-Test Analysis, the factors that motivated consumers to visit Klithikan Market were the low price of goods, special atmosphere of Klithikan Market which can not be found in the other markets, family, friends, colleague, who recommended consumers to visit the Klithikan Market, the suitable and adequate building which created a comfortable feeling, and the location of Klithikan market which can be reached either by public vehicles or private vehicles.