

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA, SELERA, PRESTISE, DAN KUALITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI SEBUAH PRODUK

Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Pengguna Produk Helm INK di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Benediktus Ariyanto Hermawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2014

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh faktor harga terhadap perilaku konsumen pengguna produk Helm INK, (2) untuk mengetahui pengaruh faktor selera terhadap perilaku konsumen pengguna produk Helm INK, (3) untuk mengetahui pengaruh faktor prestise terhadap perilaku konsumen pengguna produk Helm INK, (4) untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas produk terhadap perilaku konsumen pengguna produk Helm INK, dan (5) untuk mengetahui pengaruh faktor harga, selera, prestise, dan kualitas produk bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumen pengguna produk Helm INK. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yaitu pada mahasiswa Fakultas Ekonomi yang dinyatakan sebagai pengguna produk helm merk INK. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgmental sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu : analisis persentase, uji asumsi klasik dan analisi regresi berganda. Hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara harga, selera, prestise, dan kualitas secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumen. Hasil uji t menunjukkan bahwa harga dan selera tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen sedangkan prestise dan kualitas memiliki pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen.

Kata kunci : harga, selera, prestise, kualitas dan perilaku konsumen.

ABSTRACT

**THE ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF PRICE, TASTE, PRESTIGE,
AND QUALITY FACTORS TOWARDS CONSUMER BEHAVIOUR IN
PURCHASING A PRODUCT**

*A Case Study on the INK Helmet Users in The Economy Faculty Students In
Sanata Dharma University*

Benediktus Ariyanto Hermawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2014

This research aims: (1) to find out the influence of price factor on consumer behaviour of the INK helmet users, (2) to find out the influence of taste factor on consumer behaviour of the INK helmet users, (3) to find out the influence of prestige factor on consumer behaviour of the INK helmet users, (4) to find out the influence of product quality factor on consumer behaviour of the INK helmet users, and (5) to find out the influence of price, taste, prestige and product quality factors simultaneously on consumer behaviour of the INK helmet users. This research was carried out at the Economics Faculty of Sanata Dharma University. The sample size is 100 respondents. They are the Economics Faculty students that used INK helmet product. The sampling technique used in this research was judgmental sampling. The data were analysed through the analysis of percentage, the classical assumption test, and the multiple regression analysis. The result of F test shows that the price, taste, prestige, and quality simultaneously influence the consumer behaviour. The t test result also shows that price and taste do not partially influence the consumer behaviour. Meanwhile, prestige and quality partially influence the consumer behaviour.

Keywords : Price, Taste, Prestige, Quality, and Consumer Behaviour