

ABSTRAK

Pada tahun-tahun terakhir ini semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan batik yang memproduksi dan memasarkan kain batik, dengan berbagai macam corak dan warna. Hal ini mengakibatkan persaingan semakin ketat, untuk itu masalah pemasaran perlu mendapat perhatian yang cukup serius. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Dengan demikian dalam menentukan produk, harga, promosi dan tempat untuk mencapai tanggapan yang efektif perlu disesuaikan dengan sikap dan perilaku konsumen. Dalam penelitian ini penulis membatasi diri mengenai bagaimana pengaruh fasilitas, mutu produk, promosi dan harga di perusahaan batik Danar Hadi terhadap perilaku konsumen yang berbelanja di sana. Maka masalah yang menjadi perhatian yaitu: "Faktor-Faktor apakah yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen" di perusahaan batik PT Batik "Danar Hadi".

Dalam penelitian ini tujuan yang hendak dicapai ialah untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, dengan mengajukan hipotesis: Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam menanggapi pertanyaan mengenai penyediaan fasilitas, mutu produk promosi yang diadakan dan harga dengan usia, jenis kelamin tingkat pendidikan, dan pekerjaan pokok konsumen yang berbelanja di sana. Jenis penelitian ini jenis penelitian studi kasus pada perusahaan batik PT Batik "Danar Hadi" di Solo, memakai sampel konsumen yang berusia 17 th sampai 50 th. Data yang dicari berupa jawaban responden atas pertanyaan mengenai fasilitas, mutu produk, promosi, dan harga produk dengan teknik penelitian lapangan memakai metode kuesioner, observasi, perkiraan interval, Chi Square dan untuk menguji validitas dari kuesioner dipakai Skala Likert dengan rumus Product Moment Coefficient of Correlation da-

ri Pearson dan untuk menguji reliabilitas digunakan metode Genap-Gasal (rumus Spearman-Brown).

Dari penemuan hasil penelitian dapatlah disimpulkan bahwa: Faktor fasilitas yang disediakan di Rumah Batik Danar Hadi mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang berbelanja di sana (menyebabkan konsumen tertarik berbelanja di sana) dan tidak ada perbedaan yang signifikan dalam menjawab pertanyaan mengenai penyediaan fasilitas, mutu produk, promosi, dengan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pekerjaan pokok konsumen. Ada perbedaan yg signifikan dalam menjawab pertanyaan mengenai harga dengan usia dan jenis kelamin konsumen. Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam menjawab pertanyaan mengenai harga dengan tingkat pendidikan dan pekerjaan pokok konsumen yang berbelanja di sana.