

ABSTRAK

PENGARUH USIA, KELAS SOSIAL, *PERCEIVED QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK

Studi Empiris atas Konsumen Batik Tulis, Batik Cap dan Batik Printing
di Daerah Istimewa Yogyakarta

Amelinda Tjahja Lestari
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2013

Tujuan dari penelitian kali ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh usia, kelas sosial, *perceived quality* dan *brand image* pada keputusan pembelian batik. Penelitian ini menggunakan dua metode. Pada tahap pertama, dilakukan wawancara dengan lima narasumber yang telah memiliki pengalaman dibidang batik minimal sepuluh tahun untuk mengetahui secara jelas profil *outlet* baik dan pembagian segmen konsumen batik berdasarkan usia dan kelas sosial, serta faktor-faktor yang terdapat dalam batik tulis, batik cap dan batik printing yang mempengaruhi keputusan pembelian batik. Hasil dari penelitian tahap pertama adalah peta *outlet* batik di Daerah Istimewa Yogyakarta, segmen konsumen batik berdasarkan usia dan kelas sosial dasar untuk membuat kuesioner yang akan digunakan pada penelitian tahap kedua. Pada penelitian tahap kedua dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke 180 responden batik tulis, batik cap dan batik printing mengetahui persepsi konsumen terhadap batik. Pada penelitian tahap pertama, digunakan analisis konten untuk menganalisa hasil wawancara. Kemudian pada penelitian tahap kedua, digunakan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini memberi tiga aspek kontribusi. Pertama, peta *outlet* batik yang dapat digunakan oleh konsumen batik untuk mencari *outlet* batik yang sesuai dan pengusaha serta pemerintah untuk mengembangkan *outlet* batik di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kedua, hasil penelitian memberikan gambaran segmen konsumen *outlet* batik untuk batik tulis, batik cap dan batik printing yang dapat digunakan untuk pengusaha dalam menentukan market yang dituju. Ketiga, hasil penelitian juga dapat memberikan gambaran tentang *perceived quality* dan *brand image* batik tulis, batik cap dan batik printing untuk informasi para konsumen batik agar dapat memilih batik yang sesuai keinginannya.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF AGE, SOCIAL CLASS, PERCEIVED QUALITY AND
BRAND IMAGE ON THE PURCHASE DECISIONS BATIK**

Emperical study on customer hand written batik, stamped batik dan printed batik in
Daerah Istimewa Yogyakarta

Amelinda Tjahja Lestari
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2013

The purpose of the present study was to identify the influence of age, social class, perceived quality and brand-image in batik purchasing decisions. This study used two methods. In the first phase, interviews were conducted with five informants who have had experience in batik for at least ten years. The interview aimed find out clearly both the profile and distribution segment of batik customer based on age, social class, and the characteriscs contained in hand written batik, stamped batik and printed batik affecting purchasing decisions. The results of the first phase of 1) the study is the map of batik outlets in Daerah Istimewa Yogyakarta, 2) batik consumer segments based on age and social class as the basis to develop a questionnaire that will be used in the second stage of the study. The second phase of the study was conducted by distributing questionnaires to 180 respondents hand written batik, stamped batik and printed batik. In the first phase of the study, content analysis was used to analyze the results of the interview. The second stage of the study, used multiple linear regression. This study provided three aspects of contribute. First, maps of batik outlets that can be used by consumers to find batik outlets, that is appropriate and 3) for employers and the government to develop batik outlets in Daerah Istimewa Yogyakarta. Second, the results provide a snapshot of consumer of hand written batik, stamped batik and printed batik can be to determine the target market. Third, the results can also provide an overview of the perceived quality and brand image of hand written batik, stamped batik and printed batik for consumers to choose the appropriate batik as they wish