

ABSTRAK

PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA JASA TRANSPORTASI DITINJAU DARI JENIS KELAMIN

Studi Kasus : Konsumen P.O. Bejeu Jepara

Shaiful Anton Prasetyo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2008

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui apakah ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai produk, 2) untuk mengetahui apakah ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai promosi, 3) untuk mengetahui apakah ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai harga, 4) untuk mengetahui apakah ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendapatan dengan persepsi konsumen mengenai produk, 5) untuk mengetahui apakah ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendapatan dengan persepsi konsumen mengenai promosi, 6) untuk mengetahui apakah ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendapatan dengan persepsi konsumen mengenai harga. Penelitian ini dilakukan di perusahaan otobus Bejeu Jepara pada bulan September sampai Oktober 2007.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen P.O. Bejeu di Jepara. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen P.O. Bejeu Jepara yang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi yang dikembangkan oleh Chow dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$).

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendidikan dengan persepsi konsumen mengenai produk ($\rho = 0,630 > \alpha = 0,05$). 2) tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendidikan dan persepsi konsumen mengenai promosi ($\rho = 0,315 > \alpha = 0,05$). 3) tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendidikan dan persepsi konsumen mengenai harga ($\rho = 0,538 > \alpha = 0,05$). 4) tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendapatan dan persepsi konsumen mengenai produk ($\rho = 0,418 > \alpha = 0,05$). 5) tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap hubungan tingkat pendapatan dan persepsi konsumen mengenai promosi ($\rho = 0,087 > \alpha = 0,05$). 6) tidak ada pengaruh jenis kelamin terhadap persepsi konsumen mengenai harga ($\rho = 0,621 > \alpha = 0,05$).

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF SOCIOECONOMIC STATUS TOWARD THE
CONSUMERS' PERCEPTION CONCERNING PRODUCT ,
PROMOTION, AND COST TRANSPORTANTION PERCEIVED FROM
SEX

A Case study : Consumers of P.O. Bejeu Jepara

Shaiful Anton Prasetyo
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2008

The objectives of study are: 1) to figure out whether sex influences the relationship between educational level and constumers' perception about product, 2) to find out whether sex influences the relationship between educational level and consumers' preception about promotion, 3) to know whether sex influences the relationship between educational level and consumers' perception about cost, 4) to figure out whether sex influences the relationship between income level and consumers' perception about product, 5) to know whether sex influences the relationship between income level and consumers' perception about promotion, 6) to find out whether sex influences the relationship between income level and consumers' perception about cost. This research done in Bejeu Jepara Autobus Corporation from September to July 2007.

The technique employed in this research was purposive sampling. The data collection was done by using questionnaire. The data analysis technique in this research was regression analysis which developed by Chow with signification degree ($\alpha=0,05$).

The findings of this research show that 1) sex doesn't influence the relationship between educational level and constumers' perception about product, ($\rho= 0,630 > \alpha = 0,05$). 2) sex doesn't influence the relationship between educational level and consumers' preception about promotion, ($\rho= 0,315 > \alpha = 0,05$). 3) sex doesn't influence the relationship between educational level and consumers' perception about cost, ($\rho= 0,538 > \alpha = 0,05$). 4) sex doesn't influence the relationship between income level and consumers' perception about product, ($\rho= 0,418 > \alpha = 0,05$). 5) sex doesn't influence the relationship between income level and consumers' perception about promotion, ($\rho= 0,087 > \alpha = 0,05$). 6) sex doesn't influence the relationship between income level and consumers' perception about cost. ($\rho= 0,621 > \alpha = 0,05$).