

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah banyak yang beranggapan bahwa produk batik tidak disukai oleh para remaja, karena banyak kalangan remaja yang beranggapan bahwa kain batik tersebut kuno, dan hanya digunakan pada acara formal, seperti perkawinan. Oleh karena itu, pada penelitian ini membahas tentang “Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Pada Pangsa Pasar Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (Studi Kasus: Batik Tulis, Bangkalan)”. Responden pada penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura yang berusia 19 tahun sampai 23 tahun, dan pernah melakukan pembelian batik tulis Bangkalan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 357 responden. Penelitian ini menggunakan metode regresi logistik. Regresi Logistik merupakan suatu metode dimana untuk mengetahui pengaruh variabel x terhadap variabel y. Variabel terikat terdiri dari keputusan pembelian, sedangkan untuk variabel bebas terdiri dari promosi, harga, kualitas produk, dan *brand* merk. Dari hasil uji regresi dengan *software SPSS*, didapatkan hasil bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk batik tulis di Bangkalan Madura adalah promosi, dengan nilai $\text{sig } (0,02) < (0,05)$ sehingga tolak H_0 . Berdasarkan nilai $\exp(B)$ variabel promosi dapat mengakibatkan konsumen melakukan keputusan pembelian sebesar 1,166 kali lebih besar dibandingkan dengan konsumen yang tidak melakukan pembelian.

Kata Kunci: Batik, Keputusan Pembelian, Regresi Logistik

ABSTRAC

The problem in this research is many who think that batik product is not favored by teenagers, because many among teenagers who think that batik cloth ancient, and only used at formal event, like marriage. Therefore, in this study discusses the "Purchase Decision On Batik Products At Market Share Students Trunojoyo University Madura (Case Study: Batik Tulis, Bangkalan)". The respondents of this research are Trunojoyo Madura University students who are 19 years old to 23 years old, and have made Bangkalan batik purchases. Sampling technique in this research is by purposive sampling method, where sampling based on certain criteria. The number of samples in this study amounted to 357 respondents. This research uses logistic regression method. Logistic regression is a method where to know the effect of variable x to variable y. The dependent variable consists of purchasing decisions, while the independent variables consist of promotion, price, product quality, and brand name. From result of regression test with SPSS software, got result that variable having significant effect to buying decision of batik product in Bangkalan Madura is promotion, with sig value $(0,02) < (0,05)$ so reject H_0 . Based on the value of exp (B) promotional variables can lead consumers to make purchasing decisions of 1.166 times greater than consumers who do not make a purchase.

Keywords: Batik, Purchase Decision, Logistic Regression