

## HUBUNGAN SIKAP KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERAJINAN KULIT DI MANDING, KABUPATEN BANTUL, YOGYAKARTA

Alya Mumpuni Aqilarizka  
19/439357/PT/07992

### INTISARI

Manding merupakan daerah yang memiliki potensi kerajinan kulit terbesar di kabupaten Bantul. Kerajinan kulit memiliki pangsa pasar tersendiri dalam menjual produk kepada konsumen. Salah satu faktor yang dapat berhubungan terhadap keputusan pembelian produk kerajinan kulit yaitu sikap konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Menganalisis sikap konsumen terhadap produk kerajinan kulit. (2) Menganalisis keputusan pembelian konsumen terhadap produk kerajinan kulit. (3) Menganalisis hubungan sikap konsumen dan keputusan pembelian produk kerajinan kulit Manding, kabupaten Bantul, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei hingga Juni 2023. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 140 orang konsumen menggunakan metode *purposive sampling* dengan bantuan kuesioner yang didistribusikan secara daring. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan kunjungan minimal sekali di sentra kerajinan kulit Manding, kabupaten Bantul, Yogyakarta, pada rentang bulan Mei hingga Juni 2023, berusia 20 tahun atau sudah bekerja, berdomisili di daerah kabupaten Bantul, serta bersedia menjadi responden dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap konsumen kategori positif terhadap produk kerajinan kulit sebesar (94%) dan kategori negatif sebesar (6%). Variabel keputusan pembelian konsumen terhadap produk kerajinan kulit memiliki kategori membeli sebesar (94%) dan kategori tidak membeli sebesar (6%). Hasil analisis bivariat menggunakan korelasi *rank spearman* sebesar 0,812. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin positif sikap konsumen terhadap produk kerajinan kulit maka konsumen juga akan membeli produk kerajinan kulit dan juga sebaliknya.

**(Kata kunci: Keputusan pembelian, Kerajinan kulit, Sikap konsumen)**

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER ATTITUDES AND  
PURCHASING DECISIONS FOR LEATHER HANDICRAFT PRODUCTS  
IN MANDING, BANTUL DISTRICT, YOGYAKARTA**

Alya Mumpuni Aqilarizka  
19/439357/PT/07992

**ABSTRACT**

*Manding is an area that has the largest leather craft potential in Bantul regency. Leather crafts have their own market share in selling products to consumers. One of the factors that can relate to purchasing decisions for leather craft products is consumer attitudes. The objective of this research are (1) Analysing consumer attitudes towards leather craft products. (2) Analyse consumer purchasing decisions for leather craft products. (3) Analyse the relationship between consumer attitudes and purchasing decisions for leather handicraft products in Manding, Bantul Regency, Yogyakarta. This research was conducted from May to June 2023. The total number of samples collected was 140 consumers using the purposive sampling method with questionnaires distributed online. The criteria for respondents in this research are consumers who have visited at least once at the Manding leather craft centre, Bantul district, Yogyakarta, between May and June 2023, aged 20 years or already working, domiciled in the Bantul district, and willing to become respondents in the research. The research results indicate that the consumer attitude variable has a positive category towards leather craft products (94%) and a negative category (6%). The consumer purchasing decision variable towards leather craft products falls into the category of buying (94%) and not buying (6%). The results of bivariate analysis using the spearman rank correlation of 0.812. Based on this research it can be concluded that the more positive consumer attitudes towards leather craft products, consumers will also buy leather craft products and vice versa.*

**(Keywords: Purchasing decision, Leather craft, Consumer attitude)**