

INTISARI

Banyaknya produk impor yang muncul di pasaran, membuat konsumen tertarik mencoba produk buatan luar negeri, karena gambaran kualitas yang ada dalam produk membuat konsumen tertarik mencoba produk luar negeri. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pembelian informan terhadap produk bedak buatan lokal dan buatan asing serta atribut yang menjadi referensi informan dalam membeli produk bedak.

Produk yang dijadikan kasus dalam penelitian ini adalah bedak. Populasinya dibatasi pada konsumen yang tinggal di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya sebagai salah satu kota besar di Indonesia yang dijadikan pasar sasaran dari barang-barang konsumsi yang diimpor dari luar negeri. Sampel dalam penelitian ini dipilih dari berbagai karakteristik usia, status ekonomi, dan pekerjaan. Terdapat 18 informan yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis isi, penelitian ini memberikan hasil bahwa untuk produk bedak, informan tidak memperhatikan produk bedak buatan lokal atau impor, namun lebih pada kecocokan kulit dan kesesuaian kebutuhan informan terhadap penggunaan bedak. Namun dari berbagai karakteristik informan, terdapat perbedaan perilaku pembelian dilihat dari usia, pekerjaan, dan status ekonomi. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat usia, pekerjaan dan status ekonomi memberikan perbedaan pemilihan pada atribut, manfaat, kepuasan, dan loyalitas informan pada penggunaan produk bedak.

Kata kunci: Perilaku pembelian, produk lokal dan impor, atribut, manfaat, kepuasan, dan loyalitas.

ABSTRACT

Many imported products in market can make consumer interested to try foreign product, because the perceived of quality in product can attract consumer to try foreign product. The purpose of this research is to learn how purchase behavior of foreign and local product and also the attribute that become informant reference in order to purchase face powder product.

Product in this research is face powder. Population of this research is consumer who lives in Yogyakarta, as a target market from imported product consumption. Sample in this research is from many characteristic, like the age, economic status, and occupation. There are 18 informants who involved in thid research with purposive sampling method.

By using descriptive qualitative and content analysis method, this research found that informant didn't pay attention to domestic face powder and imported face powder, but informant examine whether the product match with the face skin and fit with consumers need. From the many of informant characteristics, there are some differences of purchase behavior looks from age, occupation, and economic status. This result indicate that level of age, phase of occupation, and level of economic status gives the differences selection to attribute, benefit, satisfaction, and informant loyalty in using face powder.

Keyword: Purchase behavior, local and imported product, attribute, benefit, satisfaction, and loyalty.