

INTISARI

Pertumbuhan sektor ritel di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Keberadaan bisnis ritel pada dasarnya juga mendorong peningkatan kegiatan ekonomi di kota-kota besar di Indonesia. Di sisi lain juga terjadi pergeseran gaya hidup dari tradisional menjadi modern, sehinggamenciptakan perubahan pola belanja konsumen. Tujuan penelitian ini untukmenganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih pusat perbelanjaan modern di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Magister Ekonomika Pembangunan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada yang pernah mengunjungi pusat perbelanjaan modern yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk mendapatkan data sekunder diperoleh dari situs internet dan buku/literatur lainnya yang mendukung penelitian ini.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah analisis konjoin dengan menggunakan *software* IBM SPSS versi 22. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah atribut yang dianggap paling penting adalah *anchor tenant* dengan nilai kepentingan sebesar 28,96 persen, atribut lokasi sebesar 28.725 persen, atribut fasilitas tambahan sebesar 15,756 persen, atribut layanan parkir sebesar 13,376 persen, dan atribut aksesibilitas sebesar 13,184 persen. Peringkat kombinasi preferensi yang paling disukai konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah dekat dengan pemukiman warga, berada di jalan 1 arah, tidak ada *anchor tenant*, kesediaan kapasitas parkir besar dan toilet bersih dan nyaman.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Pusat Perbelanjaan Modern, Analisis Konjoin.

ABSTRACT

With the development of the retail sector in Indonesia has developed very rapidly in recent years, the presence of retail business is basically also boosted economic activity in major cities in Indonesia. On the other hand changing the patterns of shopping from traditional lifestyles into the modern lifestyle. The purpose of this study was analysis the factors which influencing consumer preferences in choosing a modern shopping center in DIY.

The used data in this research are primary data and secondary data. Primary data directly retrieved by distributing questionnaire to society Master in Development Economics Faculty of Economics and Business University Gadjah Mada who have visited modern shopping center in Yogyakarta. Secondary data obtained from the internet site and book / other literature that supports this research.

In this study, the method used is conjoint, also using IBM SPSS software version 22 to collected data. Results obtained from this study is considered the most important attribute is the anchor tenant with importance of 28,96 percent, whereas the location was 28,725 percent, facility additional amounted to 15.756 percent, the parking service was 13.376 percent, and accessibility was 13.184 percent. Rating the most preferred combination of consumer preferences in DIY is close to the settlement residents, are on the road one-way, no anchor tenant, the willingness of a large parking capacity and the toilet was clean and comfortable.

Keywords: Consumer Preferences, Choosing Modern Shopping Center, Conjoint Analysis.