

## INTISARI

Ketidakpastian tren ekspor Batik mengarahkan bisnis Batik lokal seperti Batik Sri Kuncoro untuk lebih fokus pada pasar lokal atau untuk meraih konsumen lokal yang lebih luas daripada bergantung pada kegiatan ekspor. Oleh karena itu, penumbuhan niat konsumen lokal untuk membeli Batik Sri Kuncoro adalah penting. Teori yang telah digunakan secara luas, Theory of Reasoned Action (TRA), mengatakan bahwa sikap terhadap perilaku atau dalam hal ini, sikap terhadap merek, dan norma subyektif adalah faktor utama yang dapat menentukan niat berperilaku. Skala lima poin-Likert digunakan dalam penelitian ini dengan skala interval, mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS 15 menunjukkan bahwa sikap konsumen lokal terhadap merek baik, sama halnya dengan norma subyektif konsumen lokal yang kuat, dan niat konsumen lokal untuk membeli juga kuat. Dapat dikatakan bahwa sikap terhadap merek dan norma subyektif yang akan berakibat pada niat membeli yang kuat. Diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda, sikap terhadap merek dan norma subyektif terbukti mampu memprediksi niat membeli. Sikap terhadap merek berpengaruh pada niat membeli ( $\beta = 0.323, p = 0.000$ ). Norma subyektif juga terbukti berpengaruh pada niat membeli dengan tingkat signifikansi yang sama dengan sikap terhadap merek ( $\beta = 0.384, p = 0.000$ ). Namun demikian, norma subyektif dalam hal ini terbukti berdampak lebih besar pada niat konsumen lokal untuk membeli Batik Sri Kuncoro daripada sikap konsumen lokal terhadap merek. Hal ini tampak dari perbandingan antara  $\beta$  tersebut. Dengan demikian, pada hal pembelian Batik Sri Kuncoro, konsumen lokal di DIY cenderung mengikuti rekomendasi dari orang yang berhubungan konsumen tersebut atau mengikuti rujukan normatif. Hal ini dapat bermanfaat bagi perusahaan ini dalam hal strategi pemasaran yang akan dilaksanakan pada waktu yang akan datang. Beberapa faktor yang menonjol dari sikap terhadap merek sebaiknya diperhatikan saat mempertimbangkan strategi yang berfokus pada evaluasi konsumen lokal secara menyeluruh terhadap Batik Sri Kuncoro. Beberapa rekomendasi berkaitan dengan evaluasi tersebut tersedia untuk dipertimbangkan.

*Kata kunci:* konsumen lokal, sikap terhadap merek, norma subyektif, niat membeli.

## **ABSTRACT**

The uncertain trend of Batik export leads local Batik business such as Batik Sri Kuncoro to focus more on local market or reach wider local consumers rather than relying on the export activity. It is, therefore, necessarily important to encourage local consumers' intention to purchase Batik Sri Kuncoro. The widely used theory of attitudes, Theory of Reasoned Action (TRA) suggests attitudes toward behavior or in this case, brand attitudes, and subjective norm are the main predictors to behavioral intention. Five point-Likert scale was applied in this research with interval scale, ranging from strongly disagree until strongly agree. Analyzed using SPSS 15 the results showed that the local consumers' brand attitudes are good, as well as the local consumers' subjective norm which is strong, and also, the local consumers' intention to purchase Batik Sri Kuncoro is strong. It could be said that positive brand attitudes and positive subjective norm would lead to a positive or a strong purchase intention. Tested using multiple regression analysis, brand attitudes and subjective norm were proved to be able to predict purchase intention. Brand attitudes alone were affective to purchase intention ( $\beta = 0.323$ ,  $p = 0.000$ ). Subjective norm was also proved to affect purchase intention with the same level of significance with the brand attitudes' ( $\beta = 0.384$ ,  $p = 0.000$ ). However, subjective norm in this case was proved to have greater impact on local consumers' intention to purchase Batik Sri Kuncoro rather than the attitudes did due to the comparison between the  $\beta$ . Thus, when it comes to purchasing Batik Sri Kuncoro, the local consumers in DIY tend to follow what the relevant others or the normative referents recommend. This might be beneficial to the company to the extent of marketing strategies that would be executed in the future. Some prominent factors of the brand attitudes should be then taken into account when considering the strategy focusing on local consumers' overall evaluation toward Batik Sri Kuncoro. Some recommendations regarding evaluations were provided to be mulled over.

*Keywords:* local consumers, brand attitudes, subjective norm, purchase intention.