

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan Perilaku Konsumen Surabaya dalam melakukan pembelian batik, mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen Surabaya ketika hendak melakukan pembelian batik, sebagai mana diketahui batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia dan batik juga termasuk dalam atraksi wisata yang mampu menarik wisatawan mancanegara ataupun wisatawan lokal.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan sampel sejumlah 100 responden yang sudah pernah melakukan pembelian batik, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dan *convenience*.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan pembelian batik konsumen Surabaya sering dipengaruhi oleh keluarga dan teman, berusia antara 18-35 tahun, konsumen yang membeli batik cenderung berprofesi sebagai karyawan dan wiraswasta, serta dengan memiliki alasan untuk membeli adalah karena motif yang beragam, konsumen juga cenderung mengetahui tentang batik dari keluarga dan teman dan hampir seluruh konsumen Surabaya menyatakan puas setelah membeli dan menggunakan batik.

kata kunci : Perilaku konsumen, Wisatawan, Modal Kepariwisata dan Atraksi Wisata

Abstract

This study aims to describe Surabaya Consumer Behavior in batik making a purchase, find out what factors are affecting consumers Surabaya when they wanted to make a purchase batik, which is known as batik is one of Indonesia's cultural heritage and batik are also included in the tourist attractions that could attract tourists foreign or local tourist.

This research use descriptive research. This study used a sample of 100 respondents who had ever making a purchase batik, sampling techniques used in this study is non-probability sampling and convenience.

The findings showed that consumers in the purchase batik Surabaya often influenced by family and friends, aged between 18-35 years, consumers tend to buy batik work as employees and entrepreneurs, as well as having a reason to buy is due to a variety of motives, consumers also tend to learn about batik from family and friends and almost all consumers Surabaya expressed satisfaction after the purchase and use of batik.

Key words: Consumer Behavior, Tourist, Tourism Assets and Pleasure Tourism

