

RINGKASAN

Penelitian ini meneliti tentang harga barang, pendapatan, pengalaman, lingkungan, ketersediaan barang, usia dan jenis kelamin yang mempengaruhi preferensi konsumen. Selanjutnya tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa preferensi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman dalam pembelian produk pakaian pada pasar *online*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil dari 98 responden yang kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini, didapat variabel harga barang, pendapatan, ketersediaan barang, dan jenis kelamin berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi mahasiswa. Sedangkan pengalaman, lingkungan, dan usia tidak berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa.

Implikasi dari kesimpulan diatas yaitu guna memaksimalkan kegiatan transaksi pada pasar *online*. Untuk memaksimalkan kegiatan transaksi yang menyeluruh terhadap semua lapisan masyarakat, perlu diadakan peningkatan keamanan yaitu otentifikasi baik pihak toko maupun konsumen. Penjual juga harus meningkatkan kualitas produk agar dapat sesuai dengan manfaat yang didapat, meningkatkan loyalitas konsumen kepada toko dengan cara memberikan reward atau poin yang dapat ditukar dengan manfaat lain serta mengembangkan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dalam memenuhi permintaan konsumen. Bagi konsumen agar lebih selektif memilih penjual yang menjual barang dengan kualitas yang baik dan diharapkan dapat meningkatkan kontrol diri dengan tujuan untuk melindungi diri dari perilaku yang impulsif. Dan bagi pemerintah untuk mengatur setiap pelaku usaha agar melakukan sertifikasi yang terdapat didalam undang-undang ITE demi mencapai wujud konkret bisnis berbasis internet yang lebih aman.

Kata kunci: harga barang, pendapatan, pengalaman, lingkungan, ketersediaan barang, usia, jenis kelamin, preferensi konsumen

SUMMARY

This study examines the price of goods, income, experience, environment, availability of goods, age, and gender that affect consumer preferences. The purpose of this study is to analyze the preferences of the students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Jenderal Soedirman in purchasing clothing products in the online market. The data used in this study are primary data taken from 98 respondents then analyzed using multiple regression analysis. In this study, obtained variable prices of goods, income, availability of goods, and gender have a positive and significant effect on student preferences. Whereas experience, environment, and age have no effect on student preferences.

The implication of the conclusion above is to maximize transaction activities in the online market. To maximize the overall transaction activities for all levels of society, security enhancements need to be held, namely authentication of both the store and consumers. The seller must also improve the quality of the product in order to match the benefits obtained, increase customer loyalty to the store with provide rewards or points that can be exchanged with other benefits and develop competitive advantages in order to compete in meeting consumer demand. For consumers to be more selective to choose the sellers who sell goods with good quality and aexpected to increase self-control in order to protecting themselves from impulsivity. And for the government to regulate every business actor to carry out the certification contained in the ITE law in order to achieve a concrete form of a safer internet-based business.

Keywords: price of goods, income, experience, environment, availability of goods, age, gender, consumer preference