

SKRIPSI

**PERILAKU WISATAWAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PADA PEMBELIAN PRODUK HANDICRAFT DI SADEAN
CONCEPT STORE YOGYAKARTA**



OLEH

SAFIRA SALSABILA

NIM 519101248

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

YOGYAKARTA

2023

SKRIPSI

**PERILAKU WISATAWAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PADA PEMBELIAN PRODUK HANDICRAFT DI SADEAN
CONCEPT STORE YOGYAKARTA**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Derajat Sarjana Terapan
Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

OLEH

SAFIRA SALSABILA

NIM 519101248

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERILAKU WISATAWAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PADA PEMBELIAN PRODUK HANDICRAFT DI SADEAN CONCEPT
STORE YOGYAKARTA**



OLEH

SAFIRA SALSABILA

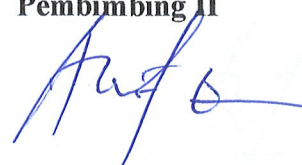
NIM : 519101248

Telah disetujui oleh:

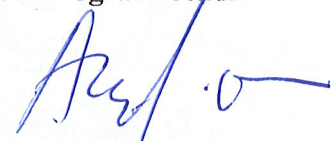
Pembimbing I


Drs. Santosa, M.M
NIDN. 0519045901

Pembimbing II


Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001

Mengetahui
Ketua Program Studi



Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN
PERILAKU WISATAWAN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PADA PEMBELIAN PRODUK HANDICRAFT DI SADEAN CONCEPT
STORE YOGYAKARTA

SKRIPSI
OLEH:
SAFIRA SALSABILA
NIM 519101248
Telah di pertahankan di depan tim penguji
Dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal: 17 Mei 2023

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Drs. Prihatno, M.M
: NIDN. 0526125901


.....

Penguji I : Drs. Santosa, M.M
: NIDN. 0519045901


.....

Penguji II : Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
: NIDN. 0525047001


.....

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

SURAT PERNYATAAN

Nama : Safira Salsabila

NIM : 519101248

Jurusan : S1 Pariwisata

Judul Skripsi : Perilaku Wisatawan dalam Pengambilan Keputusan pada
Pembelian Produk Handicraft di Sadean Concept Store Yogyakarta

Dengan ini saya mengatakan yang sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Perilaku Wisatawan dalam Pengambilan Keputusan pada Pembelian Produk Handicraft di Sadean Concept Store Yogyakarta” disusun berdasarkan hasil penelitian saya dengan arahan dosen pembimbing. Sumber Informasi atau kutipan yang berasal atau di kutip dari karya yang di terbitkan telah di sebutkan dalam teks dan di cantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini. Skripsi ini belum pernah di ajukan untuk memperoleh gelar di program sejenis.

Yogyakarta, Mei 2023



Safira Salsabila

HALAMAN MOTTO

“No great thing is created suddenly, any more than a bunch of grapes or a fig. If you tell me that you desire a fig, I answer you that there must be time. Let it first blossom, then bear fruit, then ripen.”

Epictetus, *Discourses*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya serta memberikan jalan dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Dengan rasa bangga dan bahagia skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan hingga saat ini, sehingga saya bisa menikmati berkat yang Allah berikan dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ibrahim Sigoro, Ibu Nursida Tjan, Kedua Kakak dan Kedua Adik saya yang telah memberikan segalanya dalam kehidupan penulis, yang memberikan penerangan dalam setiap gelapnya perjalanan, memberi dukungan, semangat dan tidak ada kata yang dapat mewakili rasa terimakasih penulis.
3. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Pembimbing, Penguji, dan Pengajar yang telah tulus memberikan bimbingan, arahan, bantuan, dan banyak ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat dan Kawan seperjuangan dan Sosa yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu, manusia-manusia luar biasa kiriman tuhan yang telah meluangkan waktu untuk tumbuh bersama dan mewarnai hari.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan Perilaku Wisatawan Dalam Pengambilan Keputusan Pada Pembelian Produk *Handicraft* di Sadean *Concept Store* Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Santosa, M.M., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M., selaku pembimbing II sekaligus Ketua Program Studi Pariwisata yang telah meluangkan waktunya dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penulisan skripsi ini.

3. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta serta penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Pemilik Sadean *Concept Store* Yogyakarta Norma Pawestri dan kolega yang telah menyambut baik peneliti dan memberikan bantuan dalam mendapatkan data-data yang dibutuhkan, serta seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Semoga bantuan dari Bapak dan Ibu dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, untuk itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitian berikutnya.

Yogyakarta, Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Teorisasi.....	9
1. Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif	9
2. UMKM.....	12
3. Perilaku Konsumen	16
4. Keputusan Konsumen	26
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesis Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	34
B. Subjek dan Objek Penelitian	34
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
D. Populasi dan Sampel.....	35
E. Variabel Penelitian	36
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Metode Analisis Data	45

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	50
1. Profil Sadean <i>Concept Store</i> Yogyakarta	50
B. Karakteristik Data Penelitian	52
C. Hasil Uji Instrumen.....	55
D. Hasil Analisis Deskriptif.....	58
E. Hasil Penelitian	68
1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	68
2. Uji Hipotesis	70
F. Pembahasan	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	77
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	38
Tabel 3.2 Skala Likert	42
Tabel 4.1 Kategori Respondenn Berdasarkan Daerah Asal	53
Tabel 4.2: Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Profesi.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Budaya	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Valitas Variabel Faktor social	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi.....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Psikologi	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Indikator X1.....	58
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Indikator X2.....	61
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Indikator X3.....	62
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Indikator X4.....	64
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Indikator Y.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.19 Hasil Uji t / Uji Parsial.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Mode Perilaku Konsumen Philip Kotler	17
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Lokasi Sadean Concept Store Yogyakarta	50
Gambar 4.2 Fasad Sadean Concept Store Yogyakarta.....	51
Gambar 4.3 Beberapa Produk Handicraft Sadean Concept Store.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner/Angket Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Hasil Uji SPSS Ver 25
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas SPSS Ver 25
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda SPSS Ver 25
- Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 8 : Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Potensi pariwisata di Yogyakarta sangat lekat dengan daya tarik budaya dan seninya, hal ini erat berkaitan dengan produk-produk ekonomi kreatif yang menciptakan produk-produk utama seperti *craft*, kuliner dan *fashion*. Industri kreatif yang berkembang pesat ini memancing tumbuhnya *Art Shop* hingga pusat-pusat kerajinan yang menjual produk kreatif UMKM, salah satunya ialah Sadean *Concept Store* yang menjadi rumah kurasi dan wadah bagi 70 lebih *local hand crafter* yang menciptakan produk kerajinan karya anak muda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi-dimensi perilaku konsumen seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store*. Untuk mengetahui dari dimensi-dimensi tersebut manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* berupa *accidental sampling*, peneliti menentukan sampel jumlah responden dengan menggunakan rumus moe dengan hasil perhitungan 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4) terhadap keputusan konsumen (Y) pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store* Yogyakarta, dimana berdasarkan hasil perhitungan hipotesis secara simultan yang menunjukkan bahwa diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ diperoleh $44,293 > 2,47$ yang berarti positif dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Variabel faktor psikologis (X4) merupakan variabel bebas yang paling berpengaruh dominan terhadap variabel terikat. Hal ini ditunjukkan dengan ada pengaruh positif dan signifikan berdasarkan uji t/Parsial diperoleh t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,688 > 1,985$), tingkat signifikan faktor psikologis $0,000 < 0,05$. Dan nilai koefisien beta faktor psikologis (X4) sebesar 0,428 lebih besar dari koefisien beta faktor budaya (X1) 0,100, faktor sosial (X2) sebesar 0,84, dan faktor pribadi (X3) sebesar 0,84. Dengan demikian hipotesis H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

Kata Kunci: Pariwisata Kreatif, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The tourism potential in Yogyakarta is very closely related to its cultural and artistic appeal, this is closely related to the products of the creative economy which create main products such as craft, culinary and fashion. This rapidly growing creative industry provokes the growth of art shops to craft centers. which sell creative UMKM products, one of which is the Sadean Concept Store which is a curation house and a place for more than 70 local hand crafters who create handicraft products made by young people. The purpose of this study was to determine the dimensions of consumer behavior such as cultural, social, personal, and psychological factors that simultaneously influence consumer decisions in purchasing local handicraft products at the Sadean Concept Store. To find out which of these dimensions has the most influence on purchasing decisions for local handicraft products at the Sadean Concept Store.

This study uses an associative quantitative. Sampling used non-probability sampling in the form of accidental sampling. The researcher determined the sample number of respondents using the moe formula with a calculation result of 96.04 which was rounded up to 100 respondents.

The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between cultural factor variables (X1), social factors (X2), personal factors (X3), psychological factors (X4) on consumer decisions (Y) purchasing local handicraft products at Sadean Concept Store Yogyakarta , which is based on the results of simultaneous hypothesis calculations which show that the obtained value of $F_{count} > F_{table}$ is obtained $44.293 > 2.47$ which means positive and a significant level of $0.000 < 0.05$. Thus the hypothesis H_{o1} is rejected and H_{a1} is accepted. The psychological factor variable (X4) is the independent variable that has the most dominant influence on the dependent variable. This is shown by the presence of a positive and significant effect based on the t /Partial test obtaining t_{count} greater than t_{table} ($5,688 > 1.985$), a significant level of psychological factors $0.000 < 0.05$. And the beta coefficient of psychological factors (X4) of 0.428 is greater than the beta coefficient of cultural factors (X1) of 0.100, social factors (X2) of 0.84, and personal factors (X3) of 0.84. Thus the hypothesis H_{o2} is rejected and H_{a2} is accepted.

Keywords: *Creative Tourism, Consumer Behavior, Consumer Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia telah memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap kemajuan Pariwisata saat ini. Banyaknya individu dalam masyarakat telah bergerak dan terjun dalam usaha kreatif berbentuk UMKM yang berdampak terhadap pembukaan lapangan pekerjaan, pemasukan pendapatan asli daerah, serta meningkatkan daya tarik wisata. Sumberdaya lokal secara kreatif dan inovatif dikembangkan dan diberdayakan UMKM sehingga menciptakan produk-produk yang berdaya tarik dan memiliki nilai jual tinggi.

Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan memenuhi kriteria usaha mikro dan berdiri sendiri. Setiawan (2013) mengemukakan bahwa UMKM sangat berperan dalam perkembangan pariwisata, ciri khas suatu daerah yang sering dicari oleh wisatawan umumnya disediakan oleh UMKM tersebut. UMKM mampu menciptakan pasar-pasar, mengembangkan perdagangan, mengelola sumber alam, mengurangi kemiskinan, membuka lapangan kerja, membangun masyarakat. UMKM terbukti dapat menciptakan produk. Anggraini (2021:121) menjelaskan bahwa dalam sektor transportasi, akomodasi, komunikasi, dan wisata budaya terdapat sektor UMKM perdagangan dan

jasa usaha yang berkontribusi dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah.

Keberadaan produk-produk UMKM khususnya berbentuk kerajinan tangan (*handicraft*) dapat menjadi produk wisata sebagai *souvenir* atau kenang-kenangan bagi daerah tujuan wisata, khususnya di Yogyakarta yang terkenal sampai ke mancanegara dengan souvenir berbasis budaya lokalnya. Yogyakarta mengedepankan unsur budaya dan hasil-hasil kebudayaan yang mendukung majunya sektor ekonomi kreatif dengan produk *souvenir* khas di bidang *fashion*, kuliner, dan kerajinan. Kerajinan tradisional khas Yogyakarta yang dikembangkan di daerah antara lain berupa kerajinan Batik dan ragam olahannya, kerajinan tanam, batu dan ragam lainnya seperti gerabah, serta kerajinan kulit. Industri souvenir masuk dalam sektor industri kreatif yang dikelola UMKM. Secara umum kontribusi industri pengolahan terhadap perekonomian D.I. Yogyakarta selama 2010-2016 secara rata-rata mencapai 13,21 %. Andri Soemitra, dkk. (2022:22).

Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang memiliki beragam potensi pariwisata sehingga menjadi daerah tujuan wisata yang terkenal di mata wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Potensi pariwisata di Yogyakarta sangat lekat dengan daya tarik budaya dan seninya, hal ini erat berkaitan dengan produk-produk ekonomi kreatif yang menciptakan produk-produk utama seperti *craft*, kuliner dan *fashion* menjadi sangat populer sehingga mendukung lajunya perkembangan

pariwisata yang ada. Menurut Dinas Pariwisata DIY, Yogyakarta memiliki potensi ekonomi kreatif yang sangat tinggi dengan adanya kaum milenial dan mendominasi menjadi subsektor tertinggi mencapai 70-80% dari total ekonomi kreatif utamanya di bidang *craft*, *fashion*, dan kuliner dari 17 subsektor ekonomi kreatif yang ada di Yogyakarta.

Industri kreatif yang berkembang pesat ini memancing tumbuhnya *Art Shop* hingga pusat-pusat kerajinan yang menjual produk kreatif UMKM, salah satunya ialah Sadean *Concept Store* yang menjadi rumah kurasi dan wadah bagi 70 lebih *local hand crafter* yang menciptakan produk kerajinan karya anak muda. Eksistensi Sadean *Concept Store* baru sekitar (empat) bulan ini telah terkenal sampai ke wisatawan mancanegara dikarenakan kepopulerannya di media sosial dan lokasinya yang berada di jalur wisata pusat kota, tepatnya di Wijilan yang merupakan Sentra Gudeg Yogyakarta. Pengunjung dan konsumen Sadean didominasi oleh anak muda dari kalangan SMA dan remaja yang menggemari produk-produk unik dan lucu. *Concept Store* ini juga tidak hanya menjual produk kerajinan tangan lokal tetapi rutin mengadakan *workshop* yang menarik minat wisatawan mancanegara.

Pada libur Natal dan Tahun Baru Desember 2022, terjadi lonjakan wisatawan di Yogyakarta yang melebihi (satu) juta jiwa mulai dari wisatawan mancanegara dan lokal (Sumber: Dinas Pariwisata DIY melalui TribunJogja). Peningkatan kunjungan wisatawan ini juga memicu banyaknya wisatawan yang ikut berkunjung dan berbelanja ke Sadean

Concept Store dan meningkatkan omset penjualan untuk produk kerajinan tangan yang ada. Keadaan ini harus dimanfaatkan untuk meningkatkan pemasaran karena adanya kemungkinan lahirnya pesaing-pesaing yang merebut konsumen yang telah ada. Agar kelanjutan dan keberadaan Sadean *Concept Store* makin terkenal luas maka dibutuhkan adanya analisis perilaku konsumen yang merupakan salah satu cara untuk menjaga loyalitas dan memenuhi keberhasilan pemasaran. Sadean sebagai toko kerajinan baru harus memahami perilaku konsumennya untuk memahami kemauan konsumen dan bisa memberikan pelayanan dan produk yang diinginkan oleh konsumennya, selain itu pemahaman mengenai perilaku konsumen dapat membantu untuk merancang strategi pemasaran yang tepat bagi sebuah perusahaan serta memberikan gambaran bagaimana melakukan penyesuaian harga dan mutu produk yang diinginkan oleh konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Perilaku konsumen merupakan studi yang mempelajari tindakan individu, kelompok maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi ide, produk maupun jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler dan Keller (2016:179). Perilaku konsumen dipengaruhi berbagai faktor dan dijadikan sebagai acuan sebagai indikator perilaku konsumen yang menjadi ciri atau tindakan konkret perilaku yang dilakukan konsumen. Malau (2017:225), menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang ini, maka penulis tertarik untuk meneliti dan menganalisa faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pengunjung sebelum memutuskan untuk membeli produk *local handicraft* yang ada pada Sadean *Concept Store* dengan melihat hubungan antara dimensi-dimensi perilaku konsumen berpengaruh kepada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk dengan judul **“Perilaku Wisatawan Dalam Pengambilan Keputusan Pada Pembelian Produk Handicraft di Sadean *Concept Store* Yogyakarta.”**

B. Rumusan Masalah

Banyak alasan konsumen dalam membuat keputusan pembelian salah satunya ialah perilaku konsumen. Menurut Blackwell et al (2001:193) Perilaku konsumen ialah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan konsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Hal yang dipertimbangkan konsumen saat melakukan pembelian merupakan proses misteri yang terjadi dalam benak konsumen. Kotler dan Armstrong (2016:222) menyebut proses ini sebagai *Black Box* konsumen. Black box atau kotak hitam ini berada dalam diri konsumen dan mencakup 2 bagian yaitu karakteristik pembeli dan proses keputusan. Karakteristik ini dapat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dari tiap individu sedangkan proses keputusan dilakukan melalui 5 tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, pengambilan keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

Pengetahuan tentang adanya alasan mengapa konsumen membeli produk tertentu, merupakan faktor penting bagi suatu usaha produk dan jasa dalam penentuan pemasaran, seperti promosi yang efektif, desain produk, harga, serta saluran distribusi yang efektif. Berdasarkan identifikasi dan uraian ini, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah dimensi-dimensi perilaku konsumen seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam melakukan pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store* Yogyakarta?
2. Diantara dimensi-dimensi tersebut manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store* Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah, agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka peneliti membuat batasan sebagai berikut:

1. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini ialah pelancong/wisatawan yang berkunjung dan melakukan pembelian di Sadean *Concept Store*.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah menjawab masalah yang telah diuraikan diatas yaitu:

1. Untuk mengetahui dimensi-dimensi perilaku konsumen seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store*.
2. Untuk mengetahui dari dimensi-dimensi tersebut manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *local handicraft* pada Sadean *Concept Store*.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi *Sadean Concept Store* Yogyakarta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pemilik toko dan pembuat kerajinan dalam mengembangkan produk-produk kreatif sesuai dengan minat konsumen.
 - b. Bagi STP AMPTA Yogyakarta, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan ilmu pengetahuan dan bahan acuan di perpustakaan untuk referensi mahasiswa lain.
 - c. Bagi Penulis, penelitian ini dapat menjadi sarana untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam perkuliahan dan menambah wawasan yang berhubungan dengan hasil penelitian.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih masukan kepada *Sadean Concept Store* Yogyakarta dalam membuat strategi yang tepat dan efektif untuk mengembangkan produk kreatif UMKM di Yogyakarta.