

orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang membeli di *Red Door Distribution Store* dan *Clothing Company* di Yogyakarta adalah berusia muda yaitu antara 20 hingga 24 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok konsumen ini sebagian besar adalah mahasiswa yang memiliki kegiatan dan aktivitas yang lebih banyak sehingga dibutuhkan fashion untuk memenuhi penampilannya.

3. Tingkat Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tingkat pendidikan responden, terdiri atas 3 kelompok, yaitu kelompok SMU, Universitas / Sarjana dan Umum atau kursus. Hasil analisis data ini diperoleh frekuensi data seperti ditunjukkan pada Tabel 4.5. berikut:

atribut lokasi strategis. Dengan demikian kecenderungan pada kelompok responden ini pada atribut tend/Up to Date.

Bagi kelompok responden yang berusia lebih dari 24 tahun telah memberikan sikap yang positif pada seluruh atribut yaitu keramahan, kecepatan/respon, harga, potongan harga, corak/bentuk/motif, trend/up to date, kualitas bahan, daya tahan produk, lokasi strategis, tata ruang, kenyamanan, dan kebersihan dengan sikap tertinggi pada atribut trend/up to date dan memberikan sikap terendah pada atribut kebersihan. Hal ini berarti kecenderungan sikap konsumen pada kelompok ini terletak pada atribut trend / up to date.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa atribut kecepatan/respon adalah signifikan karena probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sedangkan atribut yang lain tidak signifikan karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa berdasarkan usia responden sikap konsumen terhadap atribut kecepatan/respon berbeda secara signifikan, sedangkan atribut yang lain mempunyai sikap yang sama. Berdasarkan tabel juga menunjukkan bahwa semakin muda usia responden maka semakin tinggi sikap konsumen terhadap atribut kecepatan/respon.