

ABSTRAK

Kondisi ekonomi yang tidak menentu memunculkan iklim persaingan tajam diantara para pelaku usaha. Sehingga diperlukan kecermatan dalam mempertahankan market share yang berhasil dijaring, dan juga dalam merebut pasar yang lebih luas. Disini diperlukan pemahaman tentang kondisi pasar beserta kebutuhannya, sehingga dapat dengan tepat memilih strategi pemasaran yang diterapkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada/tidak hubungan yang signifikan antara atribut marketing mix yang terdiri dari produk, harga, tempat/distribusi, dan promosi dengan karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan. Disamping itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hubungan yang ada yang paling kuat/erat antara atribut marketing mix PT. Batik Dinar Hadi Surakarta dengan karakteristik konsumen. Hipotesis yang diajukan disini diduga bahwa harga dengan pendapatan konsumen mempunyai hubungan signifikan yang paling kuat.

Dalam pengumpulan datanya digunakan teknik interview, kuisisioner, dan observasi. Sampel diambil dengan metode *convenience sampling*, berjumlah 100 responden, yang populasinya adalah pengunjung toko Dinar Hadi di Jalan Rajiman. Untuk mengetahui validitas data digunakan rumus korelasi *Product Moment*, dan untuk reliabilitasnya digunakan metode *Alpha Cronbach*. Untuk mengetahui adanya signifikansi digunakan analisa *Chi Square* dengan dibantu program SPSS, dan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan tersebut digunakan alat analisa *Koefisien Kontingensi*.

Kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah ada hubungan yang signifikan antara harga dengan usia ($X^2_{hitung} 26.712 \geq X^2_{tabel} 26.296$), harga dengan pendapatan ($X^2_{hitung} 50.865 \geq X^2_{tabel} 21.026$), dan produk dengan pendidikan ($X^2_{hitung} 21.847 \geq X^2_{tabel} 16.919$). Sementara itu harga dengan pendapatan mempunyai hubungan yang paling kuat/erat, yaitu dengan selisih paling kecil antara C dengan C_{max} sebesar 0,285. Dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya. Kemudian diikuti dengan hubungan antara produk dengan pendidikan dengan nilai selisih 0,443, lalu hubungan antara harga dengan usia dengan selisih 0,435.