

## ABSTRAK

Analisis sikap konsumen dalam pembelian produk *fashion* di Red Door *Distribution Store* dan *Clothing Company* Yogyakarta.

*Distribution Store* atau yang biasanya disingkat dengan kata “*distro*” merupakan salah satu usaha yang marak atau berkembang dengan pesat 3 tahun terakhir ini. Salah satu *distro* yang terkenal di Yogyakarta adalah Red Door *Distro* dan *Clothing Co.* Red Door berusaha untuk menjadi pilihan utama dalam berbelanja, sehingga Red Door dituntut untuk selalu memantau dan mengetahui perubahan perilaku konsumen terutama mengenai sikap konsumen di kalangan anak mudanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah menetapkan sikap konsumen terhadap atribut produk *fashion* di Red Door *Distro* dan *Clothing Co.* Yogyakarta serta menetapkan ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk *fashion* berdasarkan karakteristik konsumen.

Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner dan observasi, dengan populasi adalah konsumen yang sedang membeli di Red Door *Distro* dan *Clothing Co.* Yogyakarta. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *convenience sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden.

Dari hasil penelitian berdasarkan analisis *fishbein* dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh Red Door *Distro* dan *Clothing Co.* Yogyakarta adalah positif dengan skor 0,87, dengan penilaian sikap paling tinggi yaitu pada atribut trend dengan indek sikap sebesar 1,46. Kemudian dari hasil analisis *Kruskal Wallis* dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan sikap konsumen yaitu pada : atribut kecepatan/respon berdasarkan tingkat usia dan pada atribut keramahan, potongan harga, daya tahan produk, tata ruang berdasarkan tingkat pendidikan terakhirnya serta pada atribut potongan harga berdasarkan tingkat penghasilan.

Kata kunci : Sikap konsumen, atribut penelitian dan karakteristik konsumen.