ABSTRAK

Pemasaran berkembang dengan pesat dan memahami perilaku konsumen menjadi salah satu strategi dalam keberhasilan memasarkan produk. Menghasilkan suatu produk yang diinginkan konsumen akan mengefisienkan kegiatan pemasaran, melalui pemahaman perilaku konsumen akan diperoleh informasi bagaimana konsumen mengembangkan sejumlah alternatif dalam pembeliannya. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain gaya hidup. Komponen itu sebagai AIO, yakni aktivitas, interes, dan opini. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan gaya hidup (aktivitas, interes, dan opini atau AIO) perilaku pembelian perhiasan perak di kota Semarang berdasarkan umur, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian perhiasan perak di pasar Peterongan Semarang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan kuesioner dan data sekunder dengan kepustakaan. Alat analisis yang dipergunakan adalah regresi berganda, uji t dan uji F.

Hasil dari penelitian ini adalah : Tidak terdapat perbedaan gaya hidup (aktivitas, interes dan opini) dan perilaku pembelian emas perak berdasarkan usia. Tidak tedapat perbedaan gaya hidup (aktivitas, interes dan opini) dan perilaku pembelian perhiasan perak berdasarkan tingkat pendidikan. Terdapat perbedaan gaya hidup (aktivitas, interes dan opini) dan perilaku pembelian perhiasan perak berdasarkan pekerjaan. Terdapat perbedaan gaya hidup (aktivitas, interes dan opini) dan perilaku pembelian perhiasan perak berdasarkan pendapatan.

Kata Kunci : Gaya Hidup (Aktivitas, Interes, Opini), dan Perilaku Pembelian

SEMARANG
FEB UNDIP