

## ABSTRAK

Peningkatan industri batik menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha industri batik. Sejak batik ditetapkan sebagai warisan budaya peluang semakin terbuka lebar. Tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha tidak hanya persaingan dalam negeri saja tetapi juga dari negara lain. Dalam membentuk keputusan pembelian batik, konsumen tidak terlepas dari perilakunya. Setiap konsumen memiliki pengeluaran yang berbeda akan suatu barang/jasa. Penurunan pendapatan masyarakat berdampak pada pengeluaran konsumsi, Terutama konsumen Muslim pengeluaran konsumsi akan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan harga dan pendapatan terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim di Ofi batik Banjarnegara. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi *product moment* dan *rank-spearman*. Total sampel yang diambil pada penelitian ini sebesar 100 responden konsumen Ofi Batik Banjarnegara dengan teknik *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan variabel harga mempunyai nilai koefisien korelasi 0,745 dan sig. 0.000, artinya variabel harga berhubungan kuat dengan keputusan pembelian. Variabel pendapatan menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,331 dan  $t_{hitung}$  3,4 artinya variabel pendapatan mempunyai hubungan namun lemah dengan keputusan pembelian.

Kata kunci: *Harga, Pendapatan, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian*

SEMARANG  
FEB UNDIP