

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN DAN SIKAP KONSUMEN  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK CROWD DI  
YOGYAKARTA  
(Studi pada distro Crowd di Yogyakarta)**

Ade Ayu Rizki  
NIM : 141100170  
Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
[ayuurizkia@gmail.com](mailto:ayuurizkia@gmail.com)  
081904064351

**ABSTRAKSI**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui persepsi konsumen dan sikap konsumen terhadap niat beli konsumen pada Produk Crowd Di Yogyakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung distro Crowd. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Didapati hasil penelitian persepsi harga, citra perusahaan dan kondisi ekonomi mempengaruhi niat beli pada pdroduk Crowd di Yogyakarta, sedangkan kemasan, iklan, persepsi kualitas, risiko, nilai produk, percaya pada produk dan kekraban tidak berpengaruh pada niat beli pada pdroduk Crowd di Yogyakarta.

Kata kunci: persepsi konsumen, sikap konsumen, niat beli konsumen