

**ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT MEMBELI BAJU BATIK
MADURA
(STUDI PADA MASYARAKAT DESA SUKOLILO BARAT, KABANG,
BANGKALAN)
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh:

TOMO PRIYANTO

2017120174

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2021**

**ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT MEMBELI BAJU BATIK MADURA
(STUDI PADA MASYARAKAT DESA SUKOLILO BARAT, KABANG,
BANGKALAN)**

Tomo Priyanto, Dr. Muhamad Rifai, S.E., MM, Anung Prasetyo Nograho, S.E.,M.MA

Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Email: tomo93priyanto@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pembeli merupakan aksi perorangan untuk melakukan pembelian dan pemakaian produk serta jasa dimaksudkan dalam pencapaian kebutuhannya yang berbeda-beda. kegiatan pembeli masyarakat juga sesuatu aktifitas yang paling mendorong pembeli untuk melakukan aksi pengambilan pembelian, aspek pendekatan penelitian ini dengan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian ini dihasilkan dari berbagai kesimpulan wawancara yang menuturkan hasil dari wawancara beberapa lapisan masyarakat yang menjelaskan tentang perilaku pembelian mereka terhadap produk baju batik Madura setiap kegiatan pembeli untuk mengambil keputusan membeli produk tersebut dan akan ditunjang dengan beberapa faktor.

Diantaranya yang mempengaruhi pembeli dalam membeli produk baju Batik Madura yang dideskripsikan di rangkuman wawancara, dengan hal ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh “Kotler (2007: 162) menjelaskan faktor bahwa yang memengaruhi aktifitas pembeli dalam suatu produk antara lain; faktor sosial, faktor budaya, faktor psikologis dan pribadi”. Demikian analisa penelitian terlampir ini dikategorikan menjadi dua faktor diantaranya aktor internal dan eksternal.

Kata Kunci: Perilaku Masyarakat Membeli Baju Batik

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku masyarakat membeli baju Batik Madura merupakan kegiatan seseorang yang berhubungan minat beli dan penggunaan produk serta jasa dimaksudkan untuk kebutuhannya yang berbeda-beda. Perilaku konsumen juga sesuatu hal yang memengaruhi minat beli dalam menentukan keputusan pembelian. Pemahaman mengenai perilaku konsumen akan selalu membahas elemen- elemen terpentingnya, yaitu proses pengambilan keputusan dan keterlibatan individu dalam menilai kemudian mendayagunakan produk yang dibelinya. didalam melakukan keputusan pembelian, seorang pembeli akan mempertimbangkan beberapa hal berdasarkan pengambilan keputusan yakni tentang pengenalan masalah, pencarian informasi, dan seterusnya. Perilaku konsumen juga menyangkut berbagai macam faktor yang ada di dalam dimensi kehidupan masyarakat yang beraneka ragam, sehingga akan selalu muncul fenomena- fenomena baru di dalam pola perilaku konsumen selama kegiatan kegiatan perekonomian masih terus berjalan.

Salah satu hal yang tidak bisa lepas dari konsumen adalah produk. "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat

memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler & Amstrong, 2008: 266)”. Salah satu produk yang merupakan produk asal Indonesia adalah batik. Menurut wikipedia, batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan. Produk batik yang kini semakin menjamur di berbagai tempat dengan berbagai motif dan merek, dan juga instrumen lainnya guna dapat mempertahankan budaya warisan leluhur.

Dilansir dari kompas.com 2 Oktober 2017, produk batik mendapat pengakuan sebagai warisan dunia sejak Badan PBB untuk Pendidikan,Keilmuan, dan Kebudayaan atau disingkat dengan UNESCO, menetapkan batik sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non bendawi (*Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity*) bertepatan pada tanggal 2 Oktober 2009. “UNESCO menilai bahwa teknik, simbolisme, dan budaya terkait batik dianggap melekat dengan kebudayaan Indonesia”. Baju Batik juga merupakan pelestarian tentunya di indonesia keberagaman budayanya, Dengan motifnya yang bermacam-macam.

Jawa Timur merupakan provinsi yang menjadi salah satu daerah perkembangan batik di Nusantara. Menurut DISPERINDAG Jawa Timur yang dikutip dari laman jawatimuran.net, Total industri kerajinan batik di Jawa Timur sebanyak 191 sentra industri kecil dan menengah yang tersebar di kabupaten/kota. Industri batik dikelompokkan dengan industri bordir, tenun dan tekstil. Jumlah unit usaha tercatat sebanyak 5.926 dengan tenaga

kerja sebanyak 21.000 orang lebih. Total nilai produksi tidak kurang Rp 243 milyar per tahun.

Perkembangan baju batik di Jawa Timur lebih jelasnya cenderung lamban kalau dibandingkan dengan batik Jawa Tengah dan Yogyakarta. Salah satu penyebabnya adalah baju batik di Jawa Tengah dan Yogyakarta memiliki pandangan dari kalangan keraton, dengan demikian memiliki arah yang jelas dan memunculkan inovasi-inovasi. Berbeda halnya dengan batik di Jawa Timur yang tidak memiliki pakem tersendiri. Oleh karena itu ragam motif batik di Jawa Timur lebih terlihat dan terkesan natural dan cenderung mengusung motif yang lebih bebas. Dengan adanya ketidakterikatan tersebut, batik di Jawa Timur lebih bisa lebih luas dalam berkreasi. Motif yang diperlihatkan seringkali terpengaruh ataupun terinspirasi dari alam seperti tumbuh-tumbuhan dan hewan-hewan. Industri batik di Jawa Timur banyak tersebar di daerah Pacitan, Sidoarjo, Tuban, Banyuwangi, Mojokerto, Ponorogo, dan Madura.

Pulau Madura merupakan pulau yang dikenal dengan balap sapi dan serbuk putih yaitu garamnya. Selain kebudayaan-kebudayaan tersebut, pulau yang terletak di Jawa Timur ini juga dikenal sebagai salah satu daerah penghasil batik. Hal demikian dibuktikan dengan data yang diperoleh dari DIPERINDAG Jawa Timur pada tahun 2016 :

Tabel 1.1 : Data Sentra Batik di pulau Madura

Tahun	Kabupaten	Jumlah usaha (unit)	Jumlah Batik / lembar
2015	Sumenep	39	620
	Pamekasan	378	435.700
	Bangkalan	560	870.000
2016	Sumenep	45	750
	Pamekasan	550	480.900
	Bangkalan	649	900.900

Sumber : DISPERINDAG Jawa Timur 2016

Data di atas menunjukkan bahwa Kabupaten di Pulau Madura yang memiliki sentra batik terbanyak adalah Kabupaten Bangkalan. Jumlah sentra batik di Bangkalan sekitar 649 sentra batik. Bila mencermati tabel di atas, dari 4 Kabupaten yang ada di Madura :Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Bangkalan, hanya 3 kabupaten yang tercatat memproduksi batik. Sementara itu, sebenarnya di kabupaten Sampang masih ditemukan beberapa pengrajin batik, namun belum tercatat.

Salah satu hal mendasar yang penting dari suatu produk termasuk baju batik Madura adalah harga dan kualitas. Harga dan kualitas merupakan pondasi dan juga sebagai daya tarik bagi konsumen. Dari penjelasan pedagang yang menjual baju batik Madura, mengatakan bahwa harga baju batik Madura dibanderol dengan harga yang bervariasi yakni dari Rp 50.000- Rp 1.000.000. Variasi harga tersebut

disesuaikan dengan tingkat kesulitan motif, proses pembuatan, bahan pewarna yang digunakan, dan bahan dari kain. Misalnya baju batik tulis sutra yang bahannya lebih mahal yaitu seharga Rp 500.000. Namun yang paling terkenal dan mahal di antara semua kain batik yang lainnya adalah batik gentongan yang umumnya dipatok dengan harga di atas Rp 1.000.000.

Secara umum, karakteristik warna dalam baju batik Madura menyajikan warna yang kontras dan cenderung berani seperti warna merah, hijau, kuning, dan biru. Sebelumnya, warna dari batik Madura yang kontras dianggap kuno dan diprediksi akan jauh tertinggal dari batik Solo dan Pekalongan. Namun seiring waktu, warna kontras yang dianggap kuno menjadi kelebihan tersendiri dan menjadikan warna batik menjadi hidup dan juga menjadi ciri pembeda yang membedakan Batik Madura dengan daerah lain. Namun, tidak semua batik Madura mengusung warna yang cerah, misalnya seperti batik pedalaman yang memiliki warna yang bernuansa klasik dengan warna yang relatif gelap. Dengan kata lain, batik Madura tidak hanya terpaku pada warna yang dan cerah, tetapi sudah mulai berani melewati pakem tersebut dan mulai menggunakan warna yang relatif gelap seperti hitam, coklat, dan warna gelap lainnya. Hal demikian menjadikan batik Madura lebih variatif dari segi warnanya. Warna cerah yang dihasilkan batik tersebut biasanya terbuat dari bahan-bahan yang alami. Dikutip dari batik-tulis.com, warna merah dihasilkan dari mengkudu dan tingi, warna biru dihasilkan dari

daun tarum, dan warna hijau dihasilkan dari kulit mundu yang ditambah dengan tawas. Pewarna dari bahan alami menjadikan perendaman batik Madura memakan waktu yang lama, biasanya antara 1-3 bulan. Hal demikian menjadi alasan, mengapa warna batik Madura bertahan dengan lama.

Sebelumnya, warna dari batik Madura mengandung filosofi dan makna yang disesuaikan dengan ciri-ciri masyarakat Madura sendiri. Seperti yang dilansir dari situs Storify.com yang menjelaskan bahwa banyak corak batik Madura yang disertai dengan titik-titik yang berwarna putih, menandakan bahwa warna putih ini menyerupai butiran-butiran garam yang dihasilkan di pulau ini. Warna hijau dilambangkan sebagai nilai religiusitas masyarakat Madura, dimana ada beberapa Kerajaan Islam yang didirikan dan berkembang di pulau Madura dan dengan warna hijau ini diharapkan nilai-nilai ke-Islaman dapat diaplikasikan oleh masyarakat sekitar. Di samping nilai religi, warna hijau juga dikonotasikan sebagai warna daun, yang menggambarkan tentang simbol dari dewa kesuburan ketika Kerajaan Majapahit masih berkuasa di Madura. Warna biru diartikan sebagai bentuk warna natural daerah Kepulauan, dimana warna tersebut mendeskripsikan bahwa Madura dikelilingi oleh bentangan laut yang berudan luas. Warna merah menggambarkan arti keberanian masyarakat Madura. Selain tentang keberanian, warna merah juga diartikan sebagai ciri-ciri masyarakat Madura yang tegas, keras, dan kuat sehingga menjadi tegar dalam

menghadapi setiap permasalahan. Sementara warna kuning, memiliki makna bahwa di beberapa daerah di wilayah Madura memiliki tanah yang cukup subur sebagai tanah pertanian. Selain kesuburan dalam pertanian, warna kuning juga memiliki arti bentuk padi yang telah kuning dan siap untuk di panen.

Seperti yang dikatakan sebelumnya, batik Madura merupakan batik yang umumnya bermotif hewan, tumbuhan, dan alam. Alasan dari hal tersebut, karena batik Madura tidak tergantung kepada pakem tertentu. Motif-motif tersebut berbeda di setiap daerah yang ada di pulau Madura. Dikutip dari batik-tulis.com dan storify.com, motif batik tulis Bangkalan biasanya bermotif pesisiran di daerah Tanjung Bumi, di Pamekasan terdapat motif yang abstrak atau gunung yang umumnya cenderung bergambar garis-garis misalnya serat kayu dan sepintas memiliki warna kuning gading bermotif standar. Di Sampang coraknya lebih bervariasi yang menggambarkan flora dan fauna, namun tidak sedetail batik Sumenep.

Contoh batik dalam baju Madura dapat dilihat dari gambar berikut :

Gambar 1.2

Contoh Batik dalam Madura



Sumber : deniezmaduranisme.blogspot.com

Pada pembahasan sebelumnya, sudah dijelaskan bahwa salah satu Kabupaten yang memiliki sentra batik Madura adalah Kabupaten Bangkalan dengan pusat di Tanjung Bumi. Seiring dengan adanya jembatan suramadu yang menjadi akses utama yang menghubungkan antara pulau Madura dan Surabaya. Penjualan produk baju batik mulai berkembang ke beberapa daerah lain meskipun pusat produksinya tetap di Tanjung Bumi. Salah satu daerah penyebaran produk baju batik Madura adalah Desa Sukolilo Barat, Labang, Bangkalan. Dengan adanya jembatan suramadu, Desa Sukolilo Barat menjadi daerah strategis dalam hal apapun. Posisi strategis tersebut menjadikan daerah ini semakin hari semakin menjadi lumbung perbelanjaan produk asli Madura termasuk produk batik Madura. Secara tidak langsung dengan adanya pusat perbelanjaan tersebut, masyarakat sekitar lebih mudah dalam mencari akses untuk membeli suatu produk.

Desa tersebut merupakan desa yang berada di Kecamatan Labang, Bangkalan. Kata “Labang” dalam bahasa Madura berarti pintu. Pintu tersebut dapat diartikan sebagai pintu Madura, karena merupakan daerah yang paling dekat dengan pulau Jawa. Kedekatan secara geografi tersebut sangat berhubungan dengan kemungkinan bahwa masyarakat Sukolilo Barat adalah masyarakat pertama yang menggunakan baju batik Madura.

Alasan selanjutnya dari penentuan masyarakat Sukolilo Barat sebagai objek penelitian adalah daerah tersebut merupakan desa dengan penduduk terbesar di Kecamatan Labang. Pernyataan tersebut didasarkan pada data BPS Bangkalan tahun 2017 sebagaimana sebagai berikut :

Jumlah penduduk Kecamatan Labang

Kode Desa	Desa / Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
001	Kesek	1711	1779	3490
002	Pangpong	1587	1635	3222
003	Sukolilo Barat	4138	4173	8311
004	Sukolilo Timur	1728	1761	3489
005	Bunajih	1213	1255	2468
006	Bringin	1864	1966	3830

007	Ba` Engas	2115	2138	4253
008	Morkepek	1010	1089	2099
009	Labang	1485	1538	3023
010	Jukong	1627	1733	3360
011	Sendang Laok	945	943	1888
012	Sendang Daya	1824	1844	3668
013	Petapan	1605	1631	3236
Jumlah		22852	23485	46337

Sumber : BPS Bangkalan 2017

Masyarakat Desa Sukolilo Barat merupakan salah satu desa yang dalam aktivitas sehari-harinya masih melestarikan budaya pemakaian baju batik. Aktifitas pemakaian produk tersebut meliputi dari aktifitas yang formal sampai yang non formal. Hal demikian dibenarkan oleh salah satu warga Sukolilo Barat yang mengatakan bahwa pemakaian produk batik sudah melekat pada budaya masyarakat di Desa Sukolilo Barat mulai dari menjaga balita sampai ke acara resmi, seperti undangan. Fenomena tersebut merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti. Menarik karena secara Geografis, Desa Sukolilo Barat merupakan desa yang dekat dengan kota Metropolitan Surabaya yang notabene cara fashionnya sudah meninggalkan budaya leluhurnya, perlu digaris bawahi bahwa tidak semua masyarakat di kota Surabaya meninggalkan adat ketimuran. Ditengah peperangan arus budaya tersebut, meratanya penyebaran pemakaian produk lokal merupakan hal yang perlu diapresiasi.

Masyarakat Madura pada umumnya, khususnya masyarakat Desa Sukoilo Barat masih melestarikan budaya gotong royong misalnya dalam hal resepsi pernikahan. Budaya ini menyebabkan masyarakat untuk berkumpul bersama. Tentunya, masyarakat terdorong untuk menciptakan *prestige* (keunggulan diri) untuk mendapatkan nama baik dalam masyarakat. Dengan adanya akar kebudayaan yang demikian, maka konsumen dari kain batik menjadi tetap konsisten dalam mengonsumsi produk tersebut dan tentunya hal demikian semakin melestarikan budaya Madura itu sendiri serta menciptakan hubungan

“(Kotler, 2005: 203) mengatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial”. Kelompok acuan adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. kelompok acuan yang secara langsung dapat menjadi referensi konsumen untuk mengonsumsi suatu produk adalah keluarga. Keluarga dalam kehidupan pembeli dapat juga disebutkan sebagai sumber orientasi utama yang terdiri dari orang tua, dimana dari orang tua seseorang dapat sumber orientasi terhadap agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri serta cinta kasih. Seseorang yang tinggal di dalamnya, akan cenderung terpengaruh oleh apa yang dilihat dan di dengar. Selanjutnya, sebagai sumber keturunan yakni pasangan suami istri beserta anak-anaknya. Seseorang cenderung

meniru perilaku atau perbuatan seseorang atau kelompok di lingkungannya. Perilaku demikian, tentunya akan berlaku pada perilaku dalam mengonsumsi suatu produk.

Psikologis konsumen juga merupakan dampak yang besar terhadap konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. Psikologis konsumen terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap. Setiap konsumen memiliki persepsi dan motivasi sendiri untuk mengonsumsi suatu produk.

Motivasi itu bisa datang dari diri sendiri dan orang lain, atau bahkan lingkungannya. Sebenarnya secara tidak langsung faktor psikologis konsumen juga dipengaruhi oleh faktor budaya. Dalam kasus ini, seseorang atau konsumen yang hidup di sekitar masyarakat yang menggunakan budaya sampir batik, akan cenderung termotivasi, mempersepsikan diri, dan secara tidak langsung memperoleh pembelajaran serta akan mempengaruhi sikapnya dalam membeli suatu produk, yaitu baju Batik Madura.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS TERHADAP PERILAKU MASYARAKAT DALAM MEMBELI BAJU BATIK MADURA”.

1.2 Rumusan Masalah

Perilaku konsumen dalam membeli produk baju batik didasari oleh beberapa faktor. Faktor tersebut yaitu berasal dari faktor eksternal dan internal dari konsumen.

Dengan demikian, penulis tertarik untuk meneliti :

Bagaimana perilaku konsumen dalam membeli baju Batik Madura di Desa Sukolilo Barat, Labang, Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam membeli baju Batik Madura di Desa Sukolilo Barat, Labang, Bangkalan.

- ### **1.4 Manfaat Penelitian**
- 1.1. Dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca tentang perilaku konsumen dalam membeli baju batik Madura di Desa Sukolilo Barat, Labang, Bangkalan.
 - 1.2. Penelitian ditujukan untuk mendapatkan menjadi pemahaman atau bahan kritikan bagi metode penelitian mendatang yang berkenaan dengan pokok masalah perilaku pembelian untuk keputusan membeli suatu produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, Nili Desanda Dara dan Tantri Widiastuti, 2011. Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Perilaku Pembelian. *Jurnal Asset*. Vol. 13. No. 2. September 2011. Hal. 165-174. STIE Widya Manggala.
- Eliza, Ery Sayamar dan Cory Kaswita. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Di Pasar Arengka (Pasar Tradisional Dan Giant Hypermarket (Pasar Modern) Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru), *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, Vol.2. No. 1. Juli 2011. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Hossain, Md. Alamgir, Md. Farijul Islam, Md. Mostafizur Rahman, 2014. Influence of Factors on Female Consumers Fashion Apparel Buying Behavior in Bangladesh. *Global Journal of Management and Business Research*, Vol. 14: 49-56.
- Hutagalung, Raja Bongsu dan Novi Aisha, 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Dua Ponsel (GSM dan CDMA) Pada Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi USU. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 1. Nomer 3. September 2008. Hal. 97-102. Universitas Sumatera Utara. Sumatera Utara
- Juwariyah, Siti, 2016. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi pada Masyarakat Kudus Belanja di Toko Zoya di Kab. Kudus. Karya Ilmiah. Jurusan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam.
- Ketto, Paskalis Ferdinan Bareket, 2014. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Sepatu olahraga (Studi Kualitatif Deskriptif pada Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Sepatu Olahraga New Balance di Kalangan Mahasiswa di Yogyakarta. Karya Ilmiah. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Univesitas Atma Jaya.
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1I dan II. Jakarta: PT, Indeks Gramedia
- Kotler, Philip dan Gry Armstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlanga
- Kotler, Philip, Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Moleong, Lexy J., 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Ruhamak, M. Dian, 2016. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merek Aqua (Studi kasus di UD Budi Jaya Kediri). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, Vol. 1, No. 1: 38-49.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistiyono, 2015. *Studi Kualitatif Deskriptif Perilaku Konsumen Rilis Fisik Vynil di Yogyakarta*. Karya Ilmiah. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi
- Toufarova, Z., J. Stavkova dan I. Stejskal, 2008. Factor Influencing Consumer Behavior. *AGRIC.ECON – CZECH*, Vol. 6: 276-284.
- Zainol, Noor Raihani Binti, Rajennd Muniady, Abdullah Al- Mamun, P. Yukthamarani Permarupan, 2014. Factor Influencing Consumer Behavior: A Study Among University Students in Malaysia. *Asian Social Science*, Vol. 10, No. 9: 18-25.