



ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju pada saat ini akan menyebabkan terjadinya persaingan, baik persaingan antar perusahaan sejenis maupun yang tidak sejenis. Hal ini berarti akan memacu peningkatan pemasaran produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan menjadi tantangan bagi perusahaan bagaimana mengatasi semuanya itu. Untuk itu perusahaan harus mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap produk yang dijual oleh perusahaan ? Faktor-faktor/atribut-atribut apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian ? Dengan demikian pengetahuan mengenai sikap konsumen atau perilaku konsumen sangat penting bagi suatu perusahaan.

Melihat permasalahan yang kompleks ini maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai sikap konsumen. Penelitian ini dilakukan di Dealer Merpati Motor JL. KHA. Dahlan 88 Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap citra sepeda motor bebek Honda di dealer Merpati Motor Yogyakarta dan faktor/atribut apa yang paling mempengaruhi terhadap keputusan pembelian sepeda motor bebek Honda. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang. Adapun cara pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang telah dibagikan kepada para responden yang melakukan pembelian sepeda motor bebek Honda di Dealer Merpati Motor Yogyakarta.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui gambaran/profil konsumen di dealer Merpati Motor adalah dengan analisis persentasi, sedangkan untuk mengetahui sikap konsumen serta faktor apa yang paling mempengaruhi konsumen digunakan metode Multiattribute Attitude Model.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis persentasi yaitu: sebagian besar konsumen di Dealer Merpati Motor adalah