

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP JASA PERAWATAN MOBIL

Studi kasus pada Perusahaan *Grand Racing*

Jl. Laksda Adisucipto No. 18 Yogyakarta

Yustina Astri Bastari

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2006

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1). Profil konsumen pengguna jasa perawatan mobil di *Grand Racing*. 2). Atribut produk yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen dalam membeli produk jasa perawatan mobil di *Grand Racing*. 3). Sikap konsumen terhadap jasa perawatan mobil di *Grand Racing*. Penelitian ini dilakukan atas sampel sebanyak 100 responden. Cara pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden yang telah menggunakan jasa perawatan mobil di *Grand Racing*, Yogyakarta

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen di Perusahaan *Grand Racing* adalah analisis persentase. Untuk mengetahui atribut jasa apa yang paling diutamakan konsumen saat menggunakan jasa perawatan mobil di *Grand Racing* digunakan analisis prioritas kepentingan. Sedangkan analisis *Multiatribute Attitude Model* (MAM) digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap jasa perawatan mobil di *Grand Racing* secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil yang diperolah dari analisis persentase, karakteristik konsumen secara keseluruhan adalah berjenis kelamin laki-laki, berusia antara 26-40 tahun, tingkat pendidikan terakhir yang paling banyak adalah Perguruan Tinggi. Sebagian besar konsumen pengguna jasa perawatan mobil mempunyai pekerjaan sebagai mahasiswa, mempunyai penghasilan diatas Rp 750.000, menggunakan jasa perawatan mobil ≥ 6 kali dan terakhir kali menggunakan jasa perawatan mobil ≤ 2 bulan yang lalu.

Dari analisis prioritas kepentingan diketahui bahwa atribut yang paling diutamakan adalah pelayanan. Sedangkan sikap konsumen terhadap jasa perawatan mobil di *Grand Racing* adalah sangat baik.

ABSTRACT
THE ANALYSIS OF CUSTOMERS' ATTITUDES
ON CAR MAINTENANCE SERVICE

A Case Study at Grand Racing Car Maintenance Service
Jl. Laksda Adisucipto No. 18 Yogyakarta

Yustina Astri Bastari
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2006

The present research aimed to identify 1) the customer profiles of *Grand Racing* car maintenance service, 2) the relative influence of product attributes on customers' attitude, and 3) the customers' attitude toward car maintenance services at *Grand Racing*. This research was conducted on 100 respondents as samples. Data were collected through questionnaires which were directly distributed to respondents as users of *Grand Racing* car maintenance service, Yogyakarta.

To identify customers' characteristics and relative influence of attributes of service, this research adopted Percentage analysis and Interest Priority, respectively. *Multi-attribute Attitude Model* (MAM) was applied to examine customers' attitudes in a whole toward car maintenance services at *Grand Racing*.

Based on results obtained from the percentage analysis, customers characteristics were male, 26-40 years old and college graduates. Mostly, customers of car treatment services were students, had income of more than Rp. 750,000/month, used car treatment services of more than 6 times and last time used car treatment services less than last 2 month.

Results of interest priority analysis showed the service was considered as the most prioritized attribute. Customers' attitude toward *Grand Racing* car maintenance services was excellent.