

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT SEPEDA MOTOR KAWASAKI**

**Studi Kasus Pada Dealer Resmi Kawasaki  
PT. Anugerah Solindo Abadi Klaten**

**RIYAN INDARTO  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2006**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dan sikap konsumen terutama pada saat mereka mengambil keputusan membeli sepeda motor Kawasaki, serta untuk mengetahui atribut mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah "insidental sampling". Adapun alat yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan cara menggunakan observasi, wawancara, dan membagikan kuesioner kepada para responden yang telah melakukan pembelian sepeda motor Kawasaki di PT. Anugerah Solindo Abadi Jl. Veteran 49 Klaten.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen di dealer PT. Anugerah Solindo Abadi Klaten adalah dengan menggunakan analisis persentase. Sedangkan untuk mengetahui sikap konsumen sepeda motor Kawasaki terhadap atribut bonus/hadiah, warna, kualitas mesin, model, ketersediaan suku cadang, harga jual kembali, dan bahan bakar serta untuk mengetahui atribut apa yang paling berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli sepeda motor Kawasaki, dianalisis dengan menggunakan Semantic Differential Scale.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis persentase ternyata sebagian besar responden adalah laki-laki dengan usia antara 21 tahun sampai 30 tahun yang berpendidikan terakhir lulusan SMU memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta dengan penghasilan sebesar lebih dari satu juta per bulan.

Berdasarkan hasil analisis Semantic Differential Scale dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap atribut bonus/hadiah, kualitas mesin, warna, dan model adalah baik. Sikap konsumen terhadap atribut bahan bakar dan harga jual kembali adalah cukup/netral. Sikap konsumen terhadap atribut ketersediaan suku cadang adalah buruk. Urutan atribut yang paling penting bagi konsumen sepeda motor Kawasaki adalah bonus/hadiah, sedangkan urutan atribut yang paling kurang penting bagi konsumen adalah ketersediaan suku cadang, maka atribut yang paling mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian adalah bonus/hadiah.

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS OF CUSTOMERS' ATTITUDE TOWARD THE ATRIBUTES A KAWASAKI MOTORCYCLE**

**Case Study at PT. Anugerah Solindo Abadi Klaten**

**RIYAN INDARTO  
SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2006**

The aim of the research were to identify the characteristics of customer and their attitudes, particularly in deciding to buy a Kawasaki motorcycle, and to know with attribute which strongest influence on the decision of buying a Kawasaki motorcycle. This analysis used 100 respondents as the sample. While the sampling technique used was accidental sampling. Observation, interview and the data were obtained using questionnaires distributed to them after they bought a Kawasaki motorcycle at PT. Anugerah Solindo Abadi dealer.

Percentage analysis was used to know the customer's characteristics while a Semantic Differential Scale was used to analyze the customer's attitudes towards the attributes bonus, colour, quality of the machine, model, stock of the Kawasaki motorcycle spare parts, resale prices of the Kawasaki motorcycle and fuel.

The results of Percentage Analysis shows that most respondents were male, were aged between 21 to 30 years old, were last education in senior high school, were employee with the salaries more than Rp. 1.000.000,00.

The results of the Semantic Differential scale indicated that the attitude of the customers toward the attributes: bonus, colour, quality of the machine, and model were good, the attitude customers toward the attributes: resale prices of the Kawasaki motorcycle and fuel were neutral/sufficient, even though the attitude of the customers toward the attribute stock of the Kawasaki motorcycle spare parts were bad. The first ranking of the attribute and has the strongest influence on the decision of buy a Kawasaki motorcycle was bonus. So the attributes: bonus making the decision to buy a Kawasaki motorcycle.