

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SIKAP KONSUMEN DALAM MEMILIH RUMAH DI PERUMAHAN PURI PERMATA YOGYAKARTA (Studi kasus pada PT. Aditra Graha Asri Yogyakarta)**

**SANTI FEBRI SUMARMIANTI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2005**

Tujuan dari penelitian ini adalah, 1) untuk mengetahui karakteristik konsumen Perumahan Puri Permata Yogyakarta, 2) untuk mengetahui atribut rumah manakah yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen Perumahan Puri Permata, 3) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut rumah di Perumahan Puri Permata. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan adalah, 1) analisis persentase untuk mengetahui karakteristik konsumen Perumahan Puri Permata, 2) analisis prioritas kepentingan digunakan untuk mengetahui atribut rumah manakah yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen Perumahan Puri Permata, 3) analisis MAM (Multiattribute Attitude Model) digunakan untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen Perumahan Puri Permata terhadap atribut rumah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan, bahwa sikap konsumen terhadap atribut rumah di Perumahan Puri Permata sangat setuju dan atribut rumah yang paling dominan adalah atribut lokasi.

## **ABSTRACT**

### **CONSUMENT'S BEHAVIOUR ANALYSIS IN CHOOSEING HOUSE AT PURI PERMATA RESIDENCE YOGYAKARTA (A CASE STUDY AT PT. ADITRA GRAHA ASRI IN YOGYAKARTA)**

**SANTI FEBRI SUMARMIANTI  
SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2005**

The aims of this research were, 1) to find out the characteristics of Puri Permata's residence Yogyakarta, 2) to identify the attribute which highly influence their attitude, 3) to find out consumers behaviour toward house attributes. The data were gathered through interview, observation and questionarie.

The techniques for analyzing the data were, 1) Percentage analysis for identifying the consumers behaviour characteristics, 2) Interest priority analysis to find out the most dominant house attribute influencing consumers behaviour, 3) Multiattribute Attitude Model (MAM) analysis to find out how consumers behaviour toward house attributes.

Based on the research result, it shows that the consumers behaviour toward house attributes at Puri Permata residence was strongly agree and the most dominant house attributes was location attributes.