

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK *PLAY STATION* STUDI KASUS di RENTAL *PLAY STATION* di PLAZA MUNTILAN

Lusius Cahyadi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta 2001

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Karakteristik konsumen, 2) Sikap konsumen terhadap atribut produk *play stations*, 3) atribut *play stations* yang dianggap paling penting oleh konsumen. Penelitian ini melibatkan 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dan kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen adalah dengan analisis prosentase, sedang untuk mengetahui sikap konsumen digunakan analisis *Multiattribute Attitude Model* dan untuk mengetahui atribut yang penting digunakan analisis prioritas kepentingan.

Hasil analisis menunjukkan sebagian besar konsumen adalah pria sebanyak 78%, konsumen yang berusia antara 16-20 tahun sebanyak 38%, pekerjaan konsumen sebagai pelajar sebanyak 75%, tingkat pendidikan SLTA sebanyak 36%, penghasilan konsumen antara Rp 101.000,00 - Rp 200.000,00 sebanyak 42% dan uang saku konsumen lebih dari Rp 2.000,00 sebanyak 49%. Dari analisis kedua dengan *Multiattribute Attitude Model* diperoleh hasil bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut *play stations* adalah relatif sangat baik atau positif. Dan dari analisis ketiga terlihat bahwa atribut produk dianggap paling penting kemudian atribut terpenting berikut berturut-turut adalah atribut kualitas gambar, atribut harga, atribut kemudahan didapat, dan atribut kualitas suara.

ABSTRACT

Analysis of Consumer Attitude toward Products of Play Station Case Study at "PLAZA" Rental Play Station in Muntilan

Lusius Cahyadi

Sanata Dharma University

Yogyakarta 2001

The aims of this research are: 1) to know the characteristics of the consumers, 2) to know the consumer attitude towards the product attributes of the play station, 3) to know the most important attribute of the play station according to consumers.

The writer took 100 respondents, and collected the data using interview and questionnaire. To know the characteristics of the consumers, the writer used percentage analysis; whereas to know the attitude of the consumers the writer used multiattribute attitude model; and to know the most important attributes, interest priority analysis was used.

The analysis showed that most of the consumers were male (78%), 16-20 years old (38%), school students (75%), upper secondary school students (36%), Rp 101,000.00 - Rp 200,000.00 income receivers (42%), with more than Rp 2,000.00 pocket money (49%). From the second analysis using multiattribute attitude model, we know that the consumers attitude toward the attributes of the play station relatively good and positive. From the third analysis we know that the most important attribute, were product attribute, picture quality, price, accesibility and sound quality attribute, respectively.