

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK PERUSAHAAN ROTI

Studi Kasus Pada Perusahaan Roti “Gajah Mungkur“ Wonogiri

**Tri Ikasari
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004**

Tujuan penelitian skripsi ini adalah (1) Untuk mengetahui karakteristik konsumen produk roti pada perusahaan roti “Gajah Mungkur“, Wonogiri, (2) Untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam melakukan pembelian produk roti “Gajah Mungkur“ Wonogiri. (3) Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk perusahaan.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode observasi, wawancara dan teknik kuesioner. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode insidental. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah (1) Analisis *Persentase* yang bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen. (2) Analisis Prioritas Kepentingan untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam melakukan pembelian roti. (3) Analisis *Multiatributte Attitude Model* untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut-atribut produk roti “Gajah Mungkur“ Wonogiri.

(1) Berdasarkan hasil analisis persentase diketahui bahwa sebagian besar responden adalah perempuan (58%), berusia antara (21-35th), pekerjaan/profesi sebagai pelajar/mahasiswa, dengan tingkat penghasilan/uang saku antara Rp.501.000,00 sampai dengan Rp.1.000.000,00. (2) Analisis Urutan Prioritas Kepentingan Konsumen diketahui bahwa atribut yang menjadi prioritas konsumen adalah atribut rasa sedangkan pada urutan yang kedua adalah harga. Sedangkan urutan yang ketiga sampai yang kurang mempengaruhi konsumen adalah merk, jumlah/porsi dan kemasan. (3) Sedangkan dari hasil analisis *Multiatributte Attitude Model* diperoleh hasil bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut produk roti “Gajah Mungkur“ Wonogiri adalah relatif sangat positif. Hal itu ditunjukkan dengan nilai Ab sebesar 59,296 yang terletak pada skala 0-100 dan artinya itu merupakan daerah skala sangat positif/baik.

ABSTRACT
THE ANALYSIS ON CONSUMER'S ATTITUDES
TOWARD PRODUCT OF A BREAD COMPANY
Case Study on "Gajah Mungkur", A Bread Company in Wonogiri

Tri Ikasari
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

Goals of this research were (1) to identify characteristics of the consumers of the product produced by "Gajah Mungkur" Wonogiri, (2) to know attributes the consumers prioritize in buying that breads, (3) To know consumers attitudes toward the product.

The technique of collecting data used were observation, interview, and questionnaire. Technique of taking sample was incidental method. The data analysis techniques used were (1) percentage analysis to identify the consumer characteristics, (2) the priority of importance analysis to know attributes that the consumers prioritize in buying the product, and (3) Analysis *Multiattribute Attitude Model* to know consumers attitude toward the product of "Gajah Mungkur" Wonogiri.

(1) Based on the result of percentage analysis, it was known that the most of respondent was woman (58%), aged between (21-35 year old), their job was student with average income between Rp 501.00,00 and Rp 1.000.000,00. (2) The result from importance analysis was taste. It showed that consumers prioritized taste first when they buying bread. Meanwhile the second priority was price/value. The third order until less influence on consumer were brand mark, quantity, and packaging. (3) Analysis of *Multiattribute Attitude Model* resulted in that consumers attitudes was relative positive (significant). It was proved by Ab score of 59,296 that laid on a scale of 0-100.