

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PERUBAHAN**

#### **ATRIBUT PRODUK**

#### **SURATKABAR HARIAN UMUM KOMPAS**

#### **Studi Kasus Pada Konsumen Surat kabar Harian Umum Kompas di Yogyakarta**

**COSMOS ASRIAWAN IWAWO  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2006**

Tujuan dari penelitian ini adalah, 1) untuk mengetahui karakteristik konsumen Surat kabar Harian Umum Kompas, 2) untuk mengetahui atribut produk apa yang menjadi prioritas konsumen pada saat pengambilan keputusan pembelian 3) untuk mengetahui sikap konsumen terhadap perubahan atribut produk Surat kabar Harian Umum Kompas. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner.

Sampel adalah pelanggan KOMPAS yang bertempat tinggal di wilayah Mrican dan berjumlah 50 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah, 1) analisis persentase untuk mengetahui karakteristik konsumen Surat kabar Harian Umum Kompas, 2) analisis prioritas kepentingan digunakan untuk mengetahui atribut produk manakah yang paling menentukan sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, 3) analisis *Multiattribute Attitude Model* (MAM) digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap perubahan atribut produk

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) mayoritas konsumen Surat kabar Harian Umum Kompas adalah wanita, berusia antara 23 sampai 27 tahun, pekerjaan sebagai mahasiswa, tingkat pendidikan terakhir adalah SMU, dan pendapatan perbulan antara Rp.400.000,- sampai Rp.700.000,-, 2) atribut produk yang menjadi prioritas konsumen adalah cara penulisan, 3) sikap konsumen terhadap perubahan atribut produk Surat kabar Harian Umum Kompas adalah sangat setuju (positif).

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS ON CONSUMER'S ATTITUDE OVER THE CHANGE ATTRIBUTE PRODUCT OF KOMPAS DAILY NEWSPAPER A Case Study On Consumer Of KOMPAS Daily Newspaper In Yoyakarta**

**COSMOS ASRIAWAN IAWO  
SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2006**

The aims of this research are, 1) to identify the characteristics of consumer of KOMPAS daily newspaper, 2) to identify the product attributes in purchase decision making, 3) to identify consumer attitude towards changes of product of KOMPAS daily newspaper.

The samples are customers of KOMPAS living in the Mrican area of 50 respondents. The techniques for analyzing the data are: 1) percentage analysis to identify the characteristics of consumer of KOMPAS daily newspaper, 2) interest priority analysis to know the priority of product attribute in purchase decision making, 3) Multiattribute Attitude Model (MAM) analysis to know consumer attitude towards attribute change.

Result it that, 1) the majority of KOMPAS daily newspaper consumer are woman, 23 - 27 years old, University and high school of educational background of, Rp.400.000,- Rp. 700.000,- of salary per month , 2) product attribute being the consumer priority is the writing style, and 3) consumer attribute toward KOMPAS attribute change is positive.