

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS ON CONSUMER'S ATTITUDE TOWARD THE DIMENTION QUALITY OF SUPRA X 125**

A Case Study on Supra X 125 User's at Baciro, Demangan Baru, Klitren,  
Kotabaru and Terban, Yogyakarta

Maria Novena Kristiastuti  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2008

The purpose of this research was to know consumer's attitude toward the dimention quality of Supra x 125. The type of this research was a case study and the number of sample taken was 100 respondents using Purposive Sampling technique.

The analysis techniques used in this study were Percentage analysis, Multiattribute Attitude Model (MAM) Analysis, and Priority Interest Analysis.

Based on the result of Percentage Analysis, the research concluded that most Supra X 125 consumers were man (55%) of the age of 17-22 (34%), were high school and university students (44%), had income less than Rp 500,000 (30%), had ridden Supra X 125 for more than a year (39%). Based on the result of Priority Interest Analysis, Reliability attribute achieved the highest point (2800), followed by Serviceability attribute (2700), then feature attribute (2460), and the least point, 2030, was the aesthetic attribute. Based on the result of MAM, the research concluded that consumer's attitude toward the dimention quality of Supra X 125 was very good or positive. The value of consumer's attitude toward Supra X 125 attribute was 17.20.

## **ABSTRAK**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP DIMENSI KUALITAS**

**PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X 125**

Studi kasus Supra X 125 Di Daerah Baciro, Demangan Baru,

Klitren, Kotabaru, Terban,

**Maria Novena Kristiastuti**

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2008

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap konsumen terhadap dimensi kualitas produk Supra X 125. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis persentase, analisis *Multiattribute Attitude Model* (MAM), analisis prioritas kepentingan.

Berdasarkan hasil analisis persentase, dapat disimpulkan bahwa konsumen Supra X 125 sebagian besar terdiri atas laki-laki 55%, dengan dominasi kelompok usia 17-22 tahun 34%, yang mempunyai pekerjaan pelajar atau mahasiswa 44%, yang mempunyai penghasilan kurang dari Rp 500.000,00 30%, yang berpendidikan tarakhir SMU atau sederajat 44%, dan yang sudah menggunakan Supra X 125 selama 6 bulan hingga 1 tahun 39%. Berdasarkan hasil analisis prioritas kepentingan, atribut kehandalan mempunyai nilai yang terbesar yaitu 2800, diikuti oleh atribut *serviceability* dengan nilai sebesar 2700, atribut *feature* dengan nilai sebesar 2460, dan yang terkecil atribut estetika dengan nilai sebesar 2030. Berdasarkan hasil analisis MAM, dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap dimensi kualitas Supra X 125 adalah sangat baik atau positif. Nilai sikap konsumen terhadap atribut dimensi kualitas Supra X 125 adalah sebesar 17,20.