

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS ATRIBUT-ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN JASA PEGADAIAN SYARIAH**

Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah, Mlati Sleman Yogyakarta

Angga Kumala WW

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2008

Penelitian ini memiliki tiga sasaran yang di laksanakan untuk mengetahui (1) Karakteristik konsumen Pegadaian Syariah (2) Atribut yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap jasa, dan (3) Atribut produk yang menjadi prioritas konsumen untuk membeli jasa. Penelitian ini merupakan sebuah studi kasus pada Pegadaian Syariah Mlati.

Data dalam penelitian ini mencakup gambaran umum mengenai perusahaan, karakteristik konsumen, dan atribut yang mempengaruhi pembelian terhadap jasa. Teknik analisis data mencakup analisa prosentase, Cochran Q Test, dan analisa index.

Hasil yang didapat menunjukkan bahwa karakteristik responden Pegadaian Syariah Mlati kebanyakan wanita, dengan kisaran usia 25 – 35 tahun, kebanyakan dari mereka beragama muslim, dan bekerja sebagai pegawai swasta dengan penghasilan berkisar antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000. Atribut yang mempengaruhi pembelian jasa adalah biaya yang dibebankan, agama, lokasi dan kemudahan persyaratan. Yang terakhir yang paling mempengaruhi adalah atribut biaya yang dibebankan pada konsumen.

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS ON ATTRIBUTES INFLUENCING CONSUMERS**

#### **DEMAND FOR SERVICES OF SYARIAH PAWNSHOP**

A Case Study on Consumers of Pegadaian Syariah, Mlati Sleman Yogyakarta

Angga Kumala WW

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2008

This research had three objectives that were to know (1) the characteristics of the consumers of Pegadaian Syariah Mlati (2) the attributes which influenced consumers demand for service, and (3) product attributes which were the priority for consumers to purchase the services. This research was a case study on consumers of Pegadaian Syariah Mlati.

The data included the general image of the company, the characteristics of consumers and the attributes which influenced their purchase of service. The data analysis techniques were, percentage analysis, Cochran Q Test, and Index analysis.

Results showed that the characteristics of the consumers of Pegadaian Syariah Mlati were mostly women about 25 to 35 years old, moslems, with private jobs, and income of from Rp 500,000 – Rp 1,000,000/ month. The attributes which influenced purchase were interest, religion, location and ease of use. Lastly the most influence of attribute was the interest rate.