

ABSTRAK

ANALISIS ATRIBUT-ATRIBUT YANG MENENTUKAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *LAPTOP*

Studi pada mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus I Mrican yang membeli dan menggunakan *laptop* merek Acer.

Margareta. E. M. Ganwarin
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli dan menggunakan *laptop* merek Acer dan mencari atribut-atribut manakah yang menentukan konsumen dalam pembelian *laptop* merek Acer. Penelitian dilaksanakan di Universitas Sanata Dharma, Kampus I Mrican Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus I Yogyakarta yang membeli dan menggunakan *laptop* merek Acer. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Accidental Sampling* dan *Purposive Sampling*. Uji Validitas menggunakan teknik Korelasi *Product Moment* dan Uji Reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Cochran pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa : atribut merek, fasilitas, spesifikasi, banyaknya pilihan jenis sesuai dengan kebutuhan yang menjadi penentu dalam pembelian *laptop* merek Acer bagi mahasiswa Universitas Sanata Dharma Kampus I Yogyakarta. Sedangkan atribut harga, promosi, ukuran, garansi, dan gaya hidup (*life style*) bukan merupakan atribut-atribut yang menentukan konsumen dalam pembelian *laptop* merek Acer.

ABSTRACT

THE ANALYSIS ON ATTRIBUTES DETERMINING *LAPTOP PURCHASING*

**Study on the students of Sanata Dharma University, Campus I, Mrican who
have purchased and used Acer laptops**

**Margareta. E. M. Ganwarin
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2009**

The purpose of this research was to acquire the characteristics of consumers who have purchased and used Acer laptops and to find the attributes which determined consumers in buying Acer laptops. The study was conducted in Sanata Dharma University, Campus I, Mrican, Yogyakarta. The technique of collecting data was performed by distributing questionnaire to respondents. The population of this research was students of Sanata Dharma University, Campus I, Mrican, Yogyakarta who have purchased and used Acer laptops. There were 100 respondents studied as the sample of research. The sampling techniques used are Accidental Sampling and Purposive Sampling. The validity test used Product Moment Correlation technique and the reliability test used Cronbach Alpha. The data analysis technique used in this research was Cochran Analysis on 5 % significance level. Based on the result data analysis, the research found that: brand attribute, facilities, specification, and the variety of type determined the purchase of Acer laptops for students of Sanata Dharma University. While price attribute, promotion, size, warranty, and life style did not determine consumers in purchasing Acer laptops.