

ABSTRAK

**KORELASI PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI DENGAN
SIKAP KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK SEPEDA MOTOR
MEREK YAMAHA JUPITER**

**Studi kasus: Masyarakat Kelurahan Caturtunggal, Kecamatan Depok,
Kabupaten Sleman Yogyakarta**

**Novalius Kristian
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi produk, harga, distribusi dan promosi secara parsial dan simultan dengan sikap konsumen dalam membeli produk sepeda motor merek Yamaha Jupiter.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Populasinya adalah masyarakat kelurahan Caturtunggal Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 30 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2011. Teknik analisis data untuk menguji hipotesis yang pertama menggunakan teknik Korelasi *Product Moment* dan hipotesis yang kedua menggunakan teknik Korelasi Berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) Secara parsial produk mempunyai hubungan dengan sikap konsumen dalam membeli produk sepeda motor merek Yamaha Jupiter. (2) Secara parsial harga tidak mempunyai hubungan dengan sikap konsumen dalam membeli produk sepeda motor merek Yamaha Jupiter. (3) Secara parsial distribusi mempunyai hubungan dengan sikap konsumen dalam membeli produk sepeda motor merek Yamaha Jupiter. (4) Secara parsial promosi mempunyai hubungan dengan sikap konsumen dalam membeli produk sepeda motor merek Yamaha Jupiter. (5) Secara simultan produk, harga, distribusi dan promosi mempunyai hubungan dengan sikap konsumen dalam membeli produk sepeda motor merek Yamaha Jupiter.

ABSTRACT

**CORRELATION PRODUCT, PRICE, DISTRIBUTION AND
PROMOTION WITH ATTITUDE IN CONSUMER PRODUCTS BUY
BRAND MOTORCYCLE YAMAHA JUPITER**

**Case study: Residence Caturtunggal Village, District Depok, Sleman
Yogyakarta**

**Novalius Kristian
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011**

This study aims to investigate the correlation of product, pricing, distribution and promotion of partially and simultaneously with the attitudes of consumers in buying Yamaha brand motorcycles.

This research is a case study. Its population is residence of Caturtunggal Yogyakarta and the number of samples is 30 respondents. The sampling technique used was purposive sampling technique. Data collection techniques used was questionnaires. The research was conducted in May 2011. Data analysis technique to test the hypothesis is Product Moment Correlation technique and to test the second hypothesis we use Multiple Correlation techniques.

The results of data analysis showed that: (1) Partially product has a relationship to the attitude of consumers in buying Yamaha brand motorcycles. (2) Partially price has no relation with the attitude of consumers in buying the Yamaha brand motorcycles. (3) Partially distribution has a relationship to the attitude of consumers in buying Yamaha brand motorcycles. (4) Partially promotional has a relationship to the attitude of consumers in buying Yamaha brand motorcycles. (5) Simultaneously product, price, distribution and promotion correlate the attitude of consumers in buying Yamaha brand motorcycles.