

ABSTRAK

ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN

Studi kasus pada Flash Multimedia

Yohanes Ferry Setiawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta 2010

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk, harga, dan pelayanan di Flash Multimedia, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan selama bulan Juli sampai Agustus 2009 di Flash Multimedia, Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Flash Multimedia, Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 responden, dan pengambilannya dengan teknik *random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis chi square. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap atribut produk, harga, dan pelayanan adalah baik. Tidak ada perbedaan persepsi konsumen terhadap atribut produk, harga, dan pelayanan berdasarkan status dan tingkat pendapatan. Sedangkan ada perbedaan dalam persepsi konsumen terhadap atribut produk, harga, dan pelayanan berdasarkan tingkat pendidikan, yaitu dalam atribut produk. Atribut yang paling diutamakan oleh konsumen adalah pelayanan.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION DIFFERENCES TOWARD PRODUCT, PRICE, AND SERVICE ATTRIBUTES

A Case Study on Flash Multimedia

Yohanes Ferry Setiawan
Sanata Dharma University
2010

The purpose of the research was to identify consumer perception differences toward product, price, and service attributes in Flash Multimedia, Yogyakarta. The research was done from July until August 2009 at Flash Multimedia, Yogyakarta. The data was collected using questionnaires. The population of the research was all consumer's of Flash Multimedia, Yogyakarta. The research employed 100 respondents using random sampling technique. The data was analyzed using Chi Square. The result of the research syndicated that the consumer's perception toward product, price, and service was good. There were no significant differences in consumer's perception toward product, price, and service attributes based on status and income. Whereas there was different customer's perception toward product, price, and service attributes based on educational levels, that is in product attribute. Further, service was the most important attribute for Flash Multimedia.