

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KAMERA DSLR MEREK NIKON

Studi Kasus Pada Konsumen Kamera DSLR Merek Nikon

Di Komunitas Fotografi Boyolali

SKRIPSI

**Joannes Ega Atasana
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2012**

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) karakteristik atau profil konsumen kamera DSLR merek Nikon di Komunitas Fotografi Boyolali. 2) Mengetahui sikap konsumen (berdasarkan prioritas kepentingan). 3) Mengetahui Atribut produk manakah yang paling mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Nikon. Penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, yaitu kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis prosentase, analisis prioritas kepentingan, dan analisis MAM. Berdasarkan hasil dari ke tiga analisis tersebut dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid dengan skor r-tabel 0,273. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa. Mayoritas responden adalah kelompok umur di bawah 21 tahun dan sebanyak 1 (2%) responden, yang disusul kelompok umur 21-30 yaitu 46 (92%) responden, dan 31 - 40 tahun, 3(6%) responden. Dari hasil analisis MAM, sikap konsumen terhadap produk kamera DSLR merek Nikon berada skor 25,01 – 50,00 yaitu 42,7 dan juga terletak di sebelah kiri dari nilai tengah dan lebih mengarah ke angka 25 berarti sikap konsumen terhadap atribut kamera DSLR merek Nikon adalah baik dan relatif mendekati apa yang diinginkan konsumen.

Kata kunci : analisis sikap konsumen terhadap atribut kamera dslr merek nikon

ABSTRACT

The Analisis of Cosumers Attitude Toward Nikon DSLR Camera Attribute

**Case study of the costumers of Nikon DSLR camera Photography
Community in Boyolali**

A Thesis

**Joannes Ega Atasana
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2012**

This research aims to find out the characteristic or profile of the customers toward Nikon DSLR camera in Photography Community in Boyolali, and the necessities; to find out the most influencing product which affect the costumers to buy Nikon DSLR camera. The writer collected the data by giving the questionnaire and interviewing the customers. The percentage, necessity priority and MAM analysis were used to do the research. Based on the analysis, the writer all the question items, therefor, are valid with r-table score 0,273 the result of this research are, 1) The respondents in photography community in Boyolali are in various ages. 2% under 21 years old, (92%) was around 46 respondent aged around 21-30 years old, and 6 % around 31-40 years old. And 2) the score of customers attitude towards nikon DSLR camera product was 42,7 which is between 25,01-50,00. It is also on the left side of the middle value, tend to be close to 25 , which means the costumers attitude toward Nikon DSLR camera attribute was good and it fulfilled the customers necessities.

**Key word : The Analisis of Cosumers Attitude Toward Nikon DSLR Camera
Attribute**