

## ABSTRAK

### ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK BATIK TULIS STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN BATIK TULIS “HR” KLATEN

Elizabeth Rustini Endang Purwanti  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) karakteristik konsumen yang diteliti, 2) atribut batik tulis yang dianggap paling penting oleh konsumen, 3) sikap konsumen terhadap atribut batik tulis “HR”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen adalah dengan analisis persentase, sedangkan untuk mengetahui atribut yang dianggap penting oleh konsumen digunakan analisis prioritas kepentingan, dan untuk mengetahui sikap konsumen digunakan analisis *Multiattribute attitude Model*.

Hasil yang diperoleh dari analisis masalah pertama : persentase terbesar yaitu sebanyak 59% wanita, konsumen yang berusia di atas 35 th sebanyak 59%, tingkat pendidikan lulusan SMU sebanyak 42%, status konsumen dari Pegawai Negeri sebesar 34%, dan yang berpenghasilan antara Rp501.000,00-Rp 750.000,00 sebanyak 39%. Dari analisis masalah kedua ditemukan bahwa atribut motif dianggap paling penting dalam keputusan pembelian batik tulis “HR”, kemudian atribut terpenting berikutnya berturut-turut adalah atribut kain dasar yang digunakan, harga, keawetan warna dan yang terakhir adalah teknik pewarnaan. Dan dari analisis masalah ketiga dengan analisis *Multiattribute Attitude Model* diperoleh hasil bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut batik tulis “HR” adalah relatif sangat baik atau positif.

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS OF CONSUMER'S ATTITUDE TOWARDS THE ATTRIBUTES OF PRODUCT BATIK TULIS A CASE STUDY ON BATIK TULIS "HR" COMPANY KLATEN**

**Elizabeth Rustini Endang Purwanti  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta**

The aim of this research is to know : 1) the characteristics of batik tulis the consumer,s, 2) which attribute is considered most important by the consumers, 3) the consumers' attitude towards the attributes of Batik Tulis "HR". The data gathering techniques used are interviews and questionnaires distributed to a sample of 100 respondents.

The data analysis techniques used are : percentage analysis to find out the consumers profile, an importance priority scale to find out which attribute was considered most important by the consumers, and to examine the consumers' attitude, a Multi Attribute Attitude Model was used.

The first analysis shows that the largest percentage (59%) is female, age 35 years and older (59%), educational level general high school (42%), occupation Civil servant or Military (34%), and income level between Rp 501.000,00 - Rp 750.000,00 (39%). From the second analysis, it is found that the batik's motife was the most important attribute in making the decision to buy a Batik Tulis "HR", while the next important attributes successively are the textile material used, price, fastness of colour and colouring techniques. The third anaiysis shows that the consumers' attitude in general towards Batik Tulis "HR" attributes is relatively excellent or positive.