

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK DETERJEN MEREK SOKLIN STUDI KASUS DI KOTAMADYA YOGYAKARTA

**EDY SETIAWAN
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA 1998**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk deterjen merek Soklin yang mempunyai atribut yaitu : Kemampuan mempertahankan warna, kemampuan membersihkan kotoran, kemampuan menghilangkan noda, desain kemasan, harga, kemampuan menjaga tangan tetap lembut, kelembutan aroma, dan kemudahan untuk didapat. Permasalahan yang penulis teliti adalah bagaimana sikap konsumen terhadap produk deterjen merek Soklin di Kotamadya Yogyakarta.

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan yaitu dengan interview atau wawancara langsung dengan responden dan kuesioner dengan mengajukan daftar pertanyaan diisi oleh responden. Sedangkan metode penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis persentase yang bertujuan untuk mengetahui profil konsumen dan analisis Multiattribute Attitude Model untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk deterjen merek Soklin. Dari analisis persentase diperoleh hasil yaitu : sebagian besar adalah wanita sebanyak 63 %, 47 % dari konsumen tersebut berusia antara 17 - 40 tahun, tempat tinggal konsumen sebagian besar tinggal di Yogyakarta di bagian utara (32 %). Tingkat pendidikan tertinggi para konsumen sebagian besar adalah SMU yaitu sebesar 41 %. Status pekerjaan dari konsumen tersebut terbanyak adalah karyawan swasta yaitu 36 %, 44 % konsumen berpenghasilan antara Rp 100.000 - Rp 400.000. Dari analisis Multiattribute Attitude Model diperoleh hasil sebesar 24,2 satuan untuk atribut kemampuan menghilangkan noda, 3,99 satuan untuk kemampuan membersihkan kotoran, 21,59 satuan untuk kemampuan mempertahankan warna, 17,22 satuan untuk atribut harga, kelembutan tangan 12,98 satuan, kelembutan aroma 9,44 satuan, 7,02 satuan untuk atribut kemudahan didapat, 3,75 satuan untuk desain kemasan, dan untuk atribut secara keseluruhan diperoleh hasil sebesar 100,19 satuan.

Kesimpulan yang ditarik untuk masing-masing atribut adalah sangat baik atau positif. Sedangkan untuk atribut secara keseluruhan adalah baik atau positif.

ABSTRACT
AN ANALYSIS OF CONSUMERS'S ATTITUDES
TOWARD THE PRODUCT OF SOKLIN DETERGENT
A CASE STUDY IN YOGYAKARTA

EDY SETIAWAN
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA 1998

This research was carried out to find out the consumer's attitudes in Yogyakarta toward the product of Soklin detergent with respect to some of its attributes, namely : the ability to preserve color, the ability to remove dirt, the ability to remove stain, the packing design, price, the ability to keep the hand soft, the softness of the perfume, and the ease to obtain it .

In order to collect the data methods used are interview and questionnare. The sampling method used was purposive sampling.

The methods used in analysing the data were a percentage analysis, and a Multi- attribute Attitude Model Analysis. The percentage analysis was used to obtain a consumers' profile, while the Multi-attribute Attitude Model analysis was used to discover the consumers' attitudes toward the product of Soklin detergent.

From the percentage analysis, it was found that 63% of the consumers are women, 43% of the consumers are between 17-40 years old, 32% of the consumers stay in the northern part of Yogyakarta, 41% of the consumers are SMU graduates, and 36% of the consumers have incomes around Rp 100,000- Rp 400,000.

From the Multi-attribute Attitude Model analysis, it was found that 24.2 units for the ability to remove stain, 3.99 units for the ability to remove dirt, 21.59 units for the ability to preserve color, 17.22 units for the price attribute, 12.98 units for the ability to keep the hands soft, 9.44 units for the softness of the perfume, 7.02 units for the ease to get the detergent, 3.75 units for the packing design, while total units for the attributes was 100.19 units.

It was concluded that each attribute was concieved very good and positive. And as a whole, the attributes are good and positive.