

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT SEPEDA MOTOR SUZUKI STUDI KASUS PT SUN MOTOR JL. MAGELANG KM 5,7 YOGYAKARTA

B. Risa Dianawati
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik dan sikap konsumen, terutama sikap pada saat mereka mengambil keputusan membeli sebuah sepeda motor merk Suzuki, serta untuk mengetahui atribut mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden. Adapun cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada para responden yang telah melakukan pembelian sepeda motor Suzuki di Dealer Sun Motor Jl. Magelang Km 5,7 Yogyakarta.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen di Dealer Sun Motor Jl. Magelang adalah dengan menggunakan analisis persentase. Sedangkan untuk mengetahui sikap konsumen Suzuki terhadap atribut model, warna, kualitas mesin, bahan bakar, bonus/hadiah dan harga serta untuk mengetahui atribut apa yang paling berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam membeli sepeda motor Suzuki, dianalisis dengan menggunakan Multiattribute Attitude Model.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis persentase ternyata bahwa 62% responden Suzuki berusia antara 20 sampai 30 tahun, dan sebagian besar responden di Dealer Suzuki adalah pria (52%), status pekerjaan responden adalah sebagai wiraswasta (24%). 32% responden tersebut berpenghasilan antara Rp 150.000,00 sampai Rp 250.000,00 dan lamanya responden menggunakan sepeda motor Suzuki antara 1 sampai 1,5 tahun yaitu berjumlah 33%.

Berdasarkan hasil Analisis Multiattribute Attitude Model dapat diketahui bahwa sikap konsumen Suzuki terhadap atribut model, warna, kualitas mesin, bahan bakar, bonus/hadiah dan harga adalah positif atau sangat baik. Atribut kualitas mesin merupakan atribut yang paling mendekati harapan (Ideal) konsumen, karena mempunyai selisih nilai ideal dan belief rata-rata terkecil yaitu 0,5, maka atribut tersebut yang paling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor Suzuki.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF CUSTOMERS' ATTITUDE TOWARD THE ATRIBUTES A SUZUKI MOTORCYCLE CASE STUDY AT SUN MOTOR DEALER, YOGYAKARTA

**Brigitta Risa Dianawati
Sanata Dharma University
Yogyakarta**

This research is done to identify the characteristics of customers and their attitudes, particularly in deciding to buy a Suzuki motorcycle, and to know which attribute has the strongest influence on the decision of buying a motorcycle. 100 respondents were selected as the sample of this research, and the data were obtained using questionnaires distributed to them after they bought a motorcycle at Sun Motor Dealer.

Percentage analysis was used to know the customer's characteristics while a Multiattribute Attitude Model was used to analyze the customer's attitudes towards the attributes model, colour, quality of the machine, fuel, bonus and price of a Suzuki motorcycle.

The results of Percentage Analysis shows that most respondents were aged between 20 to 30 years, 52% were male, 24% were businessmen, 32% had salaries between Rp 150.000,00 and Rp 250.000,00, and 33% already used a Suzuki motorcycle between 1 to 1,5 years.

The result of the Multiattribute Attitude Model Analysis show that the attitude of the customers toward the attributes: model, colour, quality of the machine, fuel, price, and bonus were positive and quite good. The quality of the machine was the attribute that was closest to the customers' expectations, showing the minimum difference (0,5) between ideal and belief and thus being the most influencing attribute in making the decision to buy a Suzuki motorcycle.