

ABSTRAK

Analisis Tanggapan Konsumen Terhadap Atribut Produk Kereta Api Bisnis Senja Utama I (Yogyakarta-Jakarta) Yogyakata

**Ferdi M. Tobangen
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
1998**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen sebagai penumpang Kereta Api Bisnis Senja Utama I Yogyakarta terhadap atribut produk yang terdiri dari: 1). Pelayanan. 2). Fasilitas kereta api. 3). Kondisi kereta api. 4). Keamanan.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, dengan lokasi penelitian pada Stasiun Tugu Yogyakarta, dan dalam Kereta Api Bisnis Senja Utama I Yogyakarta dengan jumlah sampel yang diambil untuk penelitian sebanyak 100 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuesioner secara langsung. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah: 1). Analisis persentase dalam bentuk komposisi responden. 2). Analisis Kuantitatif yaitu Analisis *Multi-attribute Attitude Model* (MAM).

Dari hasil analisis data, dapatlah disimpulkan bahwa sebagian besar penumpang (majoritas) Kereta Api Bisnis Senja Utama I Yogyakarta adalah pria (62 %), berusia 20 - 30 tahun (48 %), berpendidikan Akademi/Perguruan Tinggi (46 %) dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak (32 %). Untuk analisis MAM, tanggapan penumpang secara keseluruhan terhadap atribut produk Kereta Api Bisnis Senja Utama I Yogyakarta adalah positif, yang ditunjukkan dengan nilai 138,221. Sedangkan penilaian untuk setiap atribut produk, atribut keamanan merupakan atribut yang paling baik yang dapat memenuhi harapan dan memuaskan penumpang, dengan memiliki nilai selisih *ideal* rata-rata dan *belief* rata-rata paling kecil yaitu 0,4650, nilai tanggapan (A_b) yang paling kecil sebesar 46,50 dan sebagai atribut yang paling penting.

ABSTRACT

An analysis of consumer's response toward attribute products of Kereta Api Senja Utama I (Yogyakarta-Jakarta Train)

**Ferdi M.Tobangen
University of Sanata Dharma
Yogyakarta
1998**

The aim of this research was to identify consumers' responses as passengers of Kereta Api Senja Utama I Yogyakarta train towards the attributes of the product which consist of : 1). The service. 2). The facilities of the train. 3). The condition of the train. 4). The safety.

This research is carried out in the form of a case study, located at the Tugu Station Yogyakarta, as well as in the train itself. A hundred respondents were asked as sample for this research.

Data are obtained by distributing a questionnaire directly to the passengers. Methods of analyzing the data were : 1). An percentage analysis to obtain a general picture of the composition of the respondents. 2). Quantitative analysis using a Multi-attribut Attitude Model (MAM).

Having analyzed the data, it can be concluded that the majority of passengers of Kereta Api Bisnis Senja Utama I Yogyakarta are male (62 %), of 20 - 30 years of age (48 %), 46 % are Academy/University graduated, and 32 % are Students both from Senior High School and University. From the Multi-attribute Attitude Model analysis, the response of the respondent toward attributes of the product of Kereta Api Bisnis Senja Utama I Yogyakarta in general is positive, as is seen from its total score obtained namely 138,221. Whereas the evalution on each attribute resulted in the conslusion that the security attribute is the most satisfying attribute, for having the least total difference of the ideal rate and belief rate, i.e 0,4650, with total response grade 46,50 and thus seen as the most important attribute.