

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SABUN DETERJEN RINSO Studi Kasus Konsumen Sabun Deterjen Rinso Di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah

**Irinediana
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta 1999**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) karakteristik konsumen, 2) sikap konsumen terhadap produk sabun deterjen Rinso yang mempunyai atribut yaitu: kemampuan menghilangkan noda, kemampuan membersihkan kotoran, kemampuan mempertahankan warna, harga beli, kelembutan di tangan, desain kemasan, kelembutan aroma, kemudahan diperoleh, kepraktisan, pendapat mengenai slogan dan pengembangan/inovasi, 3) atribut mana yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Penelitian dilakukan di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang membeli dan memakai sabun deterjen Rinso dan yang diambil sebagai sampel sebanyak 100 responden.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis persentase yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen. Dari analisis persentase diperoleh hasil yaitu sebagian besar konsumen adalah wanita 66%, 64% konsumen berusia antara 18 sampai dengan 40 tahun. Sebagian besar konsumen berstatus sudah menikah sebesar 52%, tingkat pendidikan konsumen terbanyak adalah SMA/ sederajat sebesar 38%, konsumen terbanyak mempunyai pekerjaan wiraswasta sebanyak 34%, dan 39% konsumen berpenghasilan antara Rp 251.000 sampai dengan Rp 500.000. Dari analisis Multiattribute Attitude Model diperoleh hasil bahwa sikap konsumen terhadap masing-masing atribut adalah sangat baik/positif sedangkan untuk keseluruhan atribut adalah sangat baik. Dari analisis masalah kedua diperoleh hasil bahwa atribut yang paling penting dalam keputusan pembelian adalah kemampuan membersihkan kotoran. Selanjutnya, kemampuan menghilangkan noda, kemampuan mempertahankan warna, harga beli, kelembutan di tangan lebih praktis, kelembutan aroma, desain kemasan, kemudahan diperoleh, pengembangan/inovasi dan yang terakhir adalah slogan.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF CONSUMERS' ATTITUDES TOWARDS RINSO DETERGENT

**A Case Study of Rinso Detergent's Consumers
in Kabupaten Purworejo, Central Java**

**Irinediana
Sanata Dharma University
Yogyakarta
1999**

The aim of this research is to find out : 1) The characteristics of consumers' of Rinso detergent, 2) The consumers' attitudes towards Rinso detergent regarding the following attributes: ability to remove stains, ability to clean clothes, ability to preserve colour, price, the softness in hand, the softness of the perfume, the box design, easiness to obtain, practicality, opinions about motto and innovations. 3) The most influential attribute in deciding to purchase Rinso detergent.

This research was done in Purworejo, Central Java as a case study. Data collection was by interviews and questionnaires. The sample consists of 100 respondents chosen from among customers who buy and use Rinso detergent.

The data analysis method used is firstly a percentage analysis to find out consumers' characteristics, with the following results: The majority of respondents are women (60%); 64% of the respondents are between 18-40 years old; 52% of them are married; level of education 38% high school graduates; 34% self employed; with an income of Rp 251.000- Rp 500.000 per month. The result of the Multi-attribute Attitude Model analysis shows that the consumers' attitudes toward each of the attributes are very positive. The most important attribute influencing the decision to purchase is the ability to clean clothes; and then the ability to remove stains, ability to preserve colour, price, the softness in hand, practicality, the softness of the perfume, the box design, easiness to get, innovation and last but not least its motto.