

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA DI KOTAMADYA YOGYAKARTA

AGUSVERA SRIREJEKI PURBA
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut produk kendaraan bermotor roda dua di Kotamadya Yogyakarta, dan faktor/atribut apa yang paling mempengaruhi terhadap keputusan pembelian sepeda motor. Untuk itu disebarkan kuesioner kepada 100 responden yang dipilih secara acak.

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui gambaran/profil konsumen di Kotamadya Yogyakarta adalah dengan analisis prosentase, dan untuk mengetahui sikap konsumen serta faktor apa yang paling mempengaruhi konsumen digunakan metode analisis Multiattribute Attitude Model.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis prosentase, yaitu sebagian besar konsumen pengguna kendaraan bermotor roda dua di Kotamadya Yogyakarta adalah laki-laki sebanyak 72%, 62% dari konsumen tersebut berusia 20-30 tahun, tingkat pendidikan konsumen sebagian besar adalah akademi/perguruan tinggi yaitu 49%, status pekerjaan konsumen yang terbanyak adalah mahasiswa sebanyak 45%, 18% konsumen tersebut berpenghasilan kurang dari Rp 100.000,- perbulan, sedangkan jumlah responden yang menggunakan merek Honda sebanyak 74%, dan motivasi melakukan pembelian sepeda motor mayoritas adalah untuk alat transportasi, yakni sebesar 94%. Hasil yang dieproleh dari analisis Multiattribute Attitude Model mengenai sikap konsumen adalah positif. Hasil yang diperoleh mengenai atribut yang paling mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kendaraan bermotor roda dua adalah atribut model.

ABSTRACT

ANALYSIS OF CONSUMERS ATTITUDES TOWARDS THE ATTRIBUTES OF MOTORCYCLES IN YOGYAKARTA TOWN

AGUSVERA SRIREJEKI PURBA
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA

The purpose of this research is how to assess consumers attitudes towards motorcycle products the attribute of and which attribute of factor mostly influences the decision to buy a motorcycle. A random sample of 100 respondents was chosen and asked to fill in a questionnaire.

Techniques of data analysis used to obtain a profile or picture of the consumers in Yogyakarta town are a percentage analysis, to assess consumers attitudes and the factor which influences consumers most a Multi Attribute Attitude Model method is used.

the profile obtained from percentage analysis is that most consumers using a motorcycle in Yogyakarta town are men (72%), 62 % of the consumers are aged between 20-30 years old. Level of education collage or university (49%), occupation mostly students (45%) with a monthly income of less than Rp 100.000,-. 74% of the respondent use a Honda motorcycle. The major motivation to buy a motorcycle is as a means of transportation (94%). The result of the Multi Attribute Attitude Model shows a positive attitude, while the most important attribute influencing the decision to buy a motorcycle is its model.