

ABSTRAK

TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP JASA PELAYANAN BUS MALAM CEPAT PUTRA REMAJA KELAS EKSEKUTIF JURUSAN YOGYAKARTA -JAKARTA

Studi Kasus pada P.O. Putra Remaja, Yogyakarta

**LUKMAN NURHAKIM
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA 1999**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh perhatian konsumen terhadap bus yang mereka tumpangi.

Penelitian ini dilakukan di P.O. Putra Remaja di Yogyakarta untuk mengetahui (1) Data diri penumpang, yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan. (2) Tanggapan konsumen terhadap atribut produk yang ditawarkan. (3) Atribut yang paling berpengaruh pada Bus Malam Cepat Putra Remaja kelas Eksekutif.

Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 100 penumpang Bus Malam Cepat Putra Remaja Kelas Eksekutif. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis *Multiattribute Attitude Method* untuk mengetahui atribut yang paling berpengaruh dan seberapa besar tanggapan dari konsumen terhadap Bus Malam Cepat Putra Remaja Kelas Eksekutif.

Dari analisis data tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:(1) Tanggapan konsumen terhadap jasa pelayanan Bus Putra Remaja kelas Eksekutif adalah positif. Hal itu dapat dilihat pada hasil perhitungan dengan analisis *Multiattribute Attitude Method* sebesar 60,78. Jika diinterpretasikan dengan skala Likert, maka cenderung ke kiri dan menunjukkan tanggapan yang positif.(2) Atribut yang paling berpengaruh adalah atribut pelayanan.

ABSTRACT

CONSUMERS' RESPONSE TOWARD THE SERVICE IN THE EXECUTIVE CLASS OF PUTRA REMAJA EXPRESS NIGHT BUS YOGYAKARTA - JAKARTA

A Case Study in P.O Putra Remaja Yogyakarta

**LUKMAN NURHAKIM
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA 1999**

This research aims to find out in how far consumers pay attention to the bus they are riding.

The research was conducted at P.O. Putra Remaja Yogyakarta to find out (1). Passengers' identity, based on sex, age, education, and occupation, (2). Consumers' response toward the attribute of the product offered, (3). The most influential attribute in the Executive Class of Putra Remaja Express Night Bus.

The data were obtained from a questionnaire distributed to 100 passengers in the Executive Class of Putra Remaja Express Night Bus. Meanwhile, the method of analysis used was the Multiattribute Attitude Method to find out the most influential attribute, and the response of the consumers toward the Executive Class of Putra Remaja Express Night Bus.

The results of the data analysis, show:(1). Consumers' response toward the service provided in the Executive Class of Putra Remaja Express Night Bus was positive. This can be seen from the result of calculation using the Multiattribute Attitude Method which obtained a value of 60,78. If interpreted with a Likert Scale, it tends to prone to the left and show a positive response.(2). The most influential attribute was the service attribute.