

## **ABSTRAK**

### **Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Jasa Telekomunikasi Studi Kasus pada PT Metrocel Yogyakarta**

**Agustinus Indra Kurniawan**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2001**

Penelitian ini dilaksanakan di PT Metrocel Jalan Gajah Mada No. 15 Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) karakteristik konsumen pengguna jasa PT Metrocel. (2) Bagaimana sikap konsumen ditinjau dari atribut pelayanan, fasilitas, produk, biaya dan pembayaran tagihan pada PT. Metrocel. (3) Atribut yang paling menentukan sikap konsumen.

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner kepada responden sebagai sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis persentase untuk mengetahui karakteristik konsumen PT. Metrocel. Sedangkan untuk mengetahui sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut pelayanan, fasilitas, produk, biaya dan pembayaran tagihan digunakan analisis *Multiattribute Attitude Model* (MAM). Disamping itu, analisis ini digunakan untuk mengetahui atribut apa yang paling menentukan sikap konsumen dalam menggunakan jasa pada PT. Metrocel.

Berdasarkan analisis data dapat diketahui karakteristik konsumen PT. Metrocel Yogyakarta sebagian besar adalah pria (65%), berusia di atas 25 Tahun (60%), berpendidikan akademi/perguruan tinggi (60%), sebagai wiraswasta (30%), memiliki pendapatan mulai dari Rp. 400.000,-Rp.600.000,- (38,3333%), memiliki kepentingan untuk bisnis (48,3333%) dan bertempat tinggal di lingkungan DIY (91,6667%). Dengan analisis MAM, dapat diketahui bahwa sikap konsumen adalah positif atau sangat puas, yang ditunjukkan dengan nilai 47,3058. Sedangkan untuk atribut yang paling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa PT Metrocel adalah atribut biaya dengan nilai selisih ideal dan *belief* rata-rata yaitu 0,3958.

## **ABSTRACT**

### **An Analysis on Consumer Attitude toward Telecommunication**

#### **Service Attribute**

##### **A Case Study at PT Metrocel Yogyakarta**

**Agustinus Indra Kurniawan**

**Sanata Dharma University**

**Yogyakarta**

**2001**

This research was done in PT. Metrocel, Gadjah Mada Street No 15 Yogyakarta. The aim of this research was to find out: (1) the characteristic of consumer who used PT Metrocel service. (2) How consumer attitude was by observing the service attribute, facility, product, cost and asking payment in PT Metrocel. (3) The most influential attribute in consumer attitude.

The data collecting technique in this research was distributing questionnaires to respondents as sample. The technique of data analysis used in this research was Percentage Analysis to find consumer characteristic of PT. Metrocel. While to find out consumer attitude as a whole toward those attributes, this research applied Multiattribute Attitude Model Analysis (MAM). Multiattribute Attitude Model Analysis was also used to find the most influential factors in consumer attitude in using service of PT. Metrocel.

The research concluded that the characteristics of the most consumer of PT. Metrocel Yogyakarta was male (65%), aged more than 25 years old (60%), graduated from academy/university (60%), businessman (30%), earned from Rp 400.000 – Rp 600.000 (38,3333%), for business interest (48,3333%), and located around DIY (91,6667%). The calculation of MAM Analysis showed 47,3058 meaning that consumer attitude were positive or very satisfied. The most influential attribute in using PT Metrocel services was cost attribute which was shown by the average value of ideal-belief of 0,3958.