

ABSTRAK

ANALISIS TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT FAMILY BARU-SISTEM ANTI GIGI BERLUBANG
Studi Kasus Pada Konsumen di Wilayah Kelurahan Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta

LUSIA HENI PUTRANTI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2001

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap produk Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kelurahan Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta dengan tujuan untuk mengetahui (1) Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, penghasilan atau uang saku per bulan, dan pekerjaan atau status (2) Tanggapan konsumen terhadap atribut produk Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang (3) Atribut yang paling berpengaruh pada konsumen dalam melakukan pembelian produk Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang.

Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 100 responden, sedangkan analisis data yang digunakan adalah analisis persentase dan analisis *Multiatribute Attitude Model*.

Dari analisis data tersebut diperoleh hasil sebagai berikut : (1) Konsumen yang menggunakan produk Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang sebagian besar berjenis kelamin perempuan (61%), berusia 17-25 tahun (71%), pendidikan terakhir SMU (56%), mempunyai penghasilan atau uang saku per bulan Rp. 100.000,00 (43%), dan berstatus mahasiswa/i (68%) (2) Tanggapan konsumen terhadap produk Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang adalah baik (positif). Hal tersebut berdasarkan hasil perhitungan dari analisis *Multiatribute Attitude Model* dengan nilai sebesar 56,88 jika diinterpretasikan dengan menggunakan skala Likert maka akan menunjukkan tanggapan yang baik (positif). (3) Atribut yang paling berpengaruh pada konsumen dalam melakukan pembelian Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang adalah atribut kualitas dengan nilai sebesar 181.

ABSTRACT

CONSUMER'S RESPONSE TOWARD THE PRODUCT PASTA GIGI PEPSODENT FAMILY BARU-SISTEM ANTI GIGI BERLUBANG

A Case Study at Kelurahan Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta

**LUSIA HENI PUTRANTI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2001**

This research aims to find out how far consumer's response to the product.

The research was conducted in Kelurahan Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta, to find out (1) Consumer's identity, based on sex, age, education, and occupation (2) Consumer's response toward the attribute of the product (3) The most influential attribute in the product Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang.

The data were obtained from questionnaire distributed to 100 respondents, meanwhile the method of analysis used was the percentage analysis and Multiattribute Attitude Model.

The result of the data analysis, show : (1) The most of the consumer's that used the product Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang were female (61%), 17-25 years old (71%), with the last education of senior high school (56%), the money earned/the pocket money per month was about Rp. 100.000,00 (43%), and occupation as college (68%) (2) Consumer's response toward product Pasta Gigi Pepsodent Family Baru-Sistem Anti Gigi Berlubang was positive. This can be seen from the result of calculation using Multiattribute Attitude Model which obtained a value of 56,88. If interpreted with a Likert scale, it tends to be prone to the left and show a positive response (3) The most influential attribute was the quality attribute which obtained a value of 181.