

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK TANCHO (Studi Kasus PT Asia Paramitha Indah Di Cirebon)

**Theo Sowarahardja
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2001**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) karakteristik konsumen, 2) sikap konsumen terhadap produk Tancho yang mempunyai atribut sebagai berikut: kemasan produk, kelengkapan jenis produk, bentuk produk, kualitas produk, merek produk, ukuran produk, pelayanan, daftar harga, harga jual produk, potongan harga, promosi penjualan, iklan, lokasi mudah dijangkau, persediaan, sarana, transportasi, 3) atribut mana yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Penelitian dilakukan di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang membeli dan memakai produk Tancho dan sampel yang diambil 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 pria sebesar 55%, berpendidikan SMA sebanyak 45%, dan 35% karyawan. Konsumen produk Tancho kebanyakan berasal dari Cirebon sebesar 70%, 50% berusia antara 20 sampai 29 tahun dan bertempat tinggal di rumah sendiri sebesar 55%. Dari analisis Multiattribute Attitude Model diperoleh hasil bahwa sikap konsumen terhadap masing-masing atribut adalah sangat baik/positif sedangkan untuk keseluruhan atribut adalah baik. Dari analisis masalah kedua diperoleh hasil bahwa atribut yang paling penting dalam keputusan pembelian adalah harga jual produk. Selanjutnya potongan harga, daftar harga, merk produk, kualitas produk, kelengkapan jenis produk, kemasan produk, bentuk produk, ukuran produk, iklan, promosi penjualan, pelayanan, persediaan, lokasi mudah dijangkau, transportasi dan yang terakhir adalah sarana.

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON CONSUMERS' ATTITUDE TOWARD "TANCHO" PRODUCT ATTRIBUTES (A Case Study at PT. Asia Paramitha Indah in Cirebon)

**Theo Sowarahardja
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2001**

This research purposed to know: 1) the consumers' characteristics, 2) the consumers' attitudes toward "Tancho" product attributes namely: product package, kind of product supplementation, product shape, product quality, product brand, product size, price list, service, selling price of the product, discount, selling promotion, advertisement, ease to get, supply, facility, and transportation, 3) the attribute which most influenced the buying decision. The research was done in Kabupaten Cirebon, West Java.

The data gathering techniques used were interview and questionnaire. There were 100 samples of the research taken from the consumers who bought and used "Tancho" product. The data analysis method used was percentage analysis, which purposed to find out the consumers' characteristics.

Based on analysis, the result was that most of the consumers were males (55%), senior high (45%), and employees (35%). Almost all of the consumers came from Cirebon (70%), were 20 - 29 years old (50%), lived in their own houses (55%). Based on the Multiattribute Attitude Model, the result was that the consumers' attitudes toward each of the attribute were positive/good, and for the attributes as a whole, it was positive/good. The second analysis resulted in the selling price product as the attributes which most influenced the buying decision. Then, discount, price list, brand, quality, product supplementation, product package, product shape, product size, advertisement, promotion, service, supply, easy location to get, transportation, and facility followed it.