

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS SIKAP KONSUMEN SEPEDA MOTOR 'HOKAIDO' TERHADAP ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN PROMOSI**

**Ita Ariyani  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2002**

Penelitian ini merupakan suatu studi kasus pada UD. Candi Putra, Wonosari, Gunungkidul. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan Maret tahun 2001. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap konsumen sepeda motor 'HOKAIDO' terhadap atribut produk, harga dan promosi.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sampel yang digunakan adalah konsumen sepeda motor 'HOKAIDO' dan berjumlah 60 orang. Teknik analisis data yang digunakan 1) untuk mengetahui profil konsumen digunakan analisis persentase; 2) untuk mengetahui atribut yang dianggap penting oleh konsumen digunakan analisis prioritas kepentingan; 3) untuk mengetahui sikap konsumen digunakan analisis Multiattribute Attitude Model.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis persentase ditinjau dari jenis kelamin konsumen paling banyak adalah pria (sebanyak 70%); ditinjau dari usia konsumen paling banyak berusia 31-40 tahun (sebanyak 50%); ditinjau dari tingkat pendidikan terakhir paling banyak konsumen berpendidikan SMU (sebanyak 60%); ditinjau dari pekerjaan konsumen paling banyak bekerja sebagai wiraswasta (sebanyak 36,67%); dan ditinjau dari pendapatan konsumen paling banyak berpendapatan antara Rp 101.000,00 sampai Rp 500.000,00 (sebanyak 48,33%). Dari analisis prioritas kepentingan dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian sepeda motor 'HOKAIDO' lebih mengutamakan atribut produk selanjutnya atribut harga dan promosi. Serta dari hasil analisis Multiattribute Attitude Model diketahui bahwa sikap konsumen sepeda motor 'HOKAIDO' secara keseluruhan adalah positif dengan nilai sikap sebesar 146,31.

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS OF ATTITUDE OF 'HOKAIDO' MOTOR CYCLE CONSUMERS TOWARD THE ATTRIBUTES OF PRODUCT, PRICE AND PROMOTION**

**Ita Ariyani  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2002**

This research was a case study at UD. Candi Putra, Wonosari, Gunungkidul. This research was done in February to March 2001. It purposed to know the consumers' attitude toward 'HOKAIDO' motor cycle toward the attributes of product, price and promotion.

The data gathering techniques were interview, questionnaire, and documentation. The samples were the consumers of 'HOKAIDO' as many as 60 peoples. The data analysis techniques were 1) Percentage Analysis; 2) Priority Analysis; and 3) Multiattribute Attitude Model Analysis.

Based on the results from the Percentage Analysis, there research found that, of age most consumers were men (70%), between 31 – 40 years old of age (50%); graduated from senior high school (60%), entrepreneurs (36.6%), and earned RP. 101.000,00 to RP. 500.000 per month (48.33%). Based on the Importance Priority Analysis, the conclusion was that the decision to buy the motor cycle were based on the attributes of product, then price and promotion. And, based on the analysis of Multiattribute Attitude Model, the consumers' attitude was positive for about 146.31.