

## ABSTRAK

### **Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Jetmatic Easy Studi Kasus Pada P.T. Sumber Graha Motor Di Kota Yogyakarta**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) karakteristik konsumen yang diteliti, 2) atribut yang dianggap penting oleh konsumen, 3) sikap konsumen terhadap atribut Jetmatic Easy. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah orang yang membeli dan memakai Jetmatic Easy dan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan 1) untuk mengetahui profil konsumen adalah dengan analisis persentase, 2) untuk mengetahui atribut yang dianggap penting oleh konsumen digunakan analisis prioritas kepentingan dan 3) untuk mengetahui sikap konsumen digunakan analisis *Multiattribute Attitude Model*.

Hasil yang diperoleh dari analisis masalah pertama persentase terbesar yaitu sebanyak 59 % adalah wanita, konsumen yang berusia lebih dari 35 tahun sebanyak 43%, tingkat pendidikan akademi/D3 sejumlah 44%, yang mempunyai pekerjaan wiraswasta sebanyak 45% dan yang berpenghasilan di atas Rp. 750.000,00 sejumlah 39%.

Dari analisis masalah kedua ditemukan bahwa atribut kualitas mesin dianggap paling penting dalam pengambilan keputusan pembelian Jetmatic Easy, kemudian atribut terpenting berikutnya adalah suku cadang, bahan bakar, harga jual kembali dan model.

Dan dari analisis masalah ketiga, dengan analisis *Multiattribute Attitude Model*, diperoleh hasil bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut Jetmatic Easy adalah relatif sangat baik atau positif.

## **ABSTRACT**

### **An Analysis on Consumer's Attitude Towards The Attribute of Jetmatic Easy A Case Study at P.T. Sumber Graha Motor At Yogyakarta City**

The aim of this research was to know 1) the characteristics of the consumers 2) attribute considered as the most important by the consumers 3) the consumers attitude towards Jetmatic Easy attributes. The data gathering techniques were interviews and questionnaires distributed to a sample of 100 respondents who have bought and used Jetmatic Easy. The data analysis techniques used were 1) Percentage Analysis to find out the consumer's profile 2) an Importance Priority Scale to find out which attribute was considered as the most important by the consumers and 3) Multiattribute Attitude Model to examine the consumer's attitude.

The first analysis showed that most of the consumers were female (59%), more than 35 years of age (43%), D3/academy graduate (45%), entrepreneurs (45%), earned more than Rp. 750.000,00 per month(39%).

From the second analysis, it was found that the machine's quality was regarded as the most important attribute in making the decision to buy a Jetmatic Easy, while the next important attributes successively were the availability of spare parts, economical use of fuel, resale price and design.

The third analysis showed that the consumer's attitude toward Jetmatic Easy attribute's was relatively excellent or positive.