

ABSTRAK

Analisis Sikap Konsumen Terhadap Penjualan Kredit Sepeda Motor Studi Kasus pada PT. Adira Finance di Semarang

Ignatius Evri Kresnantoro
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2002

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Karakteristik konsumen yang diteliti, 2) Faktor- faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian sepeda motor secara kredit, 3) Sikap konsumen terhadap penjualan sepeda motor secara kredit. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah orang yang membeli sepeda motor secara kredit dan berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan 1) untuk mengetahui profil konsumen adalah dengan analisis persentase, 2) untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi dalam pembelian sepeda motor secara kredit 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 68% adalah pria, 34% berusia antara 21-26 tahun, 68% berpendidikan SMU, 38% sebagai pengusaha/wiraswasta, 61% berpenghasilan antara Rp 501.000,00-Rp 1.000.000,00, sebanyak 69% berstatus kawin, 31% mempunyai tanggungan satu orang, dan 30% mempunyai pasangan yang berpenghasilan kurang dari Rp 500.000,00.

Dari analisis masalah kedua ditemukan bahwa faktor tinggi bunga dianggap paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian sepeda motor secara kredit, kemudian faktor yang berpengaruh berikutnya adalah besarnya angsuran.

Dari analisis masalah ketiga, dengan analisis M.A.M, diperoleh hasil bahwa sikap konsumen secara keseluruhan terhadap penjualan kredit sepeda motor adalah relatif sangat baik atau positif.

ABSTRACT

An Analysis on Consumer's Attitude Towards The Motorcycle's Credit Sale a Case Study at PT. Adira Finance at Semarang

**Ignatius Evri Kresnantoro
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002**

The aims of this research were to know 1) The characteristics of the consumers, 2) The factor influencing the consumers to buy a motorcycle on credit, 3) The consumers attitude toward motorcycle credit. The data gathering techniques were interview and questionnaires distributed to a sample of 100 respondents who bought a motorcycle on credit. The data analysis techniques used were 1) Percentage analysis to find out the consumer's profile, 2) Critical Priority Analysis to know the most influencing factor in the motorcycle credit buying used and, 3) Multiattribute Attitude Model to examine the consumer's attitude.

The first analysis showed that most of the consumer were 21 – 26 years (34%), highschool graduate (68%), entrepreneurs (38%), earning income between Rp 501.000,00 – Rp 1.000.000,00 (61%), married (69%), having one person in the family (31%), and having partner whose earning income was less than Rp 500.00,00 (30%).

From the second analysis, it was found that the interest level was regarded as the most influencing factor in making the decision to buy a motorcycle on credit, while the next factors were the amount of payment and the instalment system.

The third analysis, with M.A.M. analysis, showed that the consumer's attitude toward the motorcycle credit selling was relatively excellent and positive.