

## ABSTRAK

### ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT TOKO ALAT TULIS Studi Kasus Pada Toko Merah Yogyakarta

Denny Setiawati  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2007

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) identitas konsumen yang berbelanja pada Toko Merah Yogyakarta. 2) urutan atribut-atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam melakukan pembelian. 3) sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang diberikan Toko Merah.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah responden 100 orang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan : 1) analisis persentase. 2) analisis prioritas kepentingan. 3) analisis Multiattribute Attitude Model (MAM)

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen Toko Merah adalah wanita (60%), usia responden 16-25 tahun (70%), tingkat pendidikan terakhir responden adalah SLTA (66%), jenis pekerjaan responden adalah pelajar atau mahasiswa (67%), penghasilan responden adalah Rp 501.000-Rp700.000 (47%). Untuk analisis MAM, sikap konsumen adalah relatif puas. Hasil perhitungan dengan rumus MAM adalah sebesar 83,05 yang terletak pada skala sikap 80-160 yang masuk dalam kategori puas.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran yang dapat diberikan adalah : 1) Pihak manajemen tetap mempertahankan harga yang murah agar dapat terjangkau oleh berbagai kalangan terutama mahasiswa, 2) Pihak manajemen harus meningkatkan mutu pelayanan untuk menjaga loyalitas konsumen.

**ABSTRACK**

**AN ANALYSIS ON THE CONSUMER ATTITUDE TOWARD  
ATTRIBUTES OF A STATIONARY  
A CASE STUDY AT TOKO MERAH YOGYAKARTA**

**Denny Setiawati  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2007**

The objectives of this research were to find out : 1) the profiles of consumers shopping at Toko Merah Yogyakarta; 2) the order of attributes of prioritized by the consumers in their shopping; 3) the attitude of the consumers toward the attributes provided by Toko Merah.

Data of 100 respondents were collected by means of questionnaires. The collected data were then analyzed using: 1) percentage analysis; 2) interest priority analysis and 3) Multiattribute Attitude Model (MAM) analysis.

Based on the data analysis, it was concluded that the most of Toko Merah consumers were female (60%), the average age of respondents was in the age range of 16-25 years (70%), the education level of respondents were Senior High School (66%), they were mostly students or university students (67%) and their incomes were in the range of Rp 501,000 – Rp 700,000. The interest priority analysis showed that the consumers gave the first priority to price, product, service and supporting facilities. In terms of MAM analysis, consumers attitude was relatively satisfied. The result of computation using the MAM formula showed that its value was 83,05 in the attitude scale range of 80-160. The value indicated that they were in satisfied category.